

Informe autoevaluación: 4315213 - Máster Universitario en Consumo y Comercio

INTRODUCCIÓN.- La redacción de este apartado se realizará conforme a las indicaciones señaladas en la Guía de evaluación para la renovación de la acreditación: :

El presente informe de autoevaluación ha sido redactado por la Coordinación de la titulación bajo la supervisión del Vicedecanato de Estudios y Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo, contando con el análisis, revisión y aprobación por parte de la Comisión de Calidad de la Facultad en su sesión del 13 de noviembre de 2023, constituyente del Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC). En el SGIC de la Facultad se encuentran representados todos los colectivos implicados en el Máster: alumnado, profesorado y personal de administración y servicios (PAS), por lo que se considera que el informe ha estado sometido a información de los grupos de interés. Finalmente ha sido aprobado por la Junta de Facultad.

El máster ha tenido un seguimiento anual por el SGIC, la Comisión de Calidad, la Junta de Facultad y el Vicerrectorado de Calidad de la Universidad a través de las memorias anuales de seguimiento y sus correspondientes informes de seguimiento. En ese sentido, se han podido abordar y mayoritariamente subsanar las carencias encontradas, centradas básicamente en la disponibilidad de la información y el seguimiento de las encuestas de calidad. En el primer caso se ha revisado y actualizado la página web del máster, disponible en <https://www.ucm.es/ConsumoComercio.es>, gestionada por la coordinación, y en el segundo hay que destacar la importancia que ha retomado con su obligatoriedad el programa DOCENTIA y los proyectos INOVA DOCENTIA por parte del profesorado del máster, que nos aporta información de mejora e innovación del mismo y que en el curso 2022-2023 se ha complementado con una entrevista a un representante de los estudiantes, la adaptación y distribución de la encuesta de satisfacción e inserción laboral de la Facultad de Comercio y Turismo a personas egresadas para aumentar el impacto en las respuestas, la revisión de las redes sociales de éste, así como la participación más estrecha en circuitos profesionales para la mejora continua en la docencia e impartición de la materia.

En la página web del máster están disponibles las memorias anuales de seguimiento, los informes de seguimiento, así como toda la información correspondiente a la coordinación del máster y del SGIC.

El Máster Universitario de Consumo y Comercio de la Universidad Complutense de Madrid es resultado de la propuesta, realizada de forma conjunta por las Facultades de 'Comercio y Turismo' y 'Ciencias Políticas y Sociología', para facilitar a sus estudiantes una formación avanzada, de carácter multidisciplinar, orientada a la capacitación para la práctica profesional (RD 1393/2007, art. 10) en diversos ámbitos de trabajo vinculados al Consumo y al Comercio (empresas, cooperativas, grupos de investigación, agencias, organizaciones públicas y privadas). El objetivo es formar profesionales que satisfagan los requerimientos del mercado laboral del sector y que tomen asimismo propias iniciativas analíticas y de intervención, pero también para aquellas personas que quieren seguir una vía académica iniciándose en estudios de doctorado.

El análisis de las formas y el funcionamiento del comercio, y de la progresiva manifestación de pautas y estilos de consumo, es objetivo de una pluralidad de disciplinas, profesiones y ámbitos de investigación e intervención. Consumo y Comercio se han venido posicionando como eje vertebrador de la economía ('capitalismo de consumo', 'sociedad de consumo') y su cuestionamiento/modificación constituye inquietud primordial en nuestro contexto socioeconómico. Conscientes de la complejidad -y la múltiple determinación- de las concretas manifestaciones del consumo, este título aborda su observación y diagnóstico, el establecimiento de categorías analíticas, la adecuación de lecturas interpretativas y la problematización de la investigación de mercados e investigación social que pivota entre el trabajo y el consumo en torno a una información y conocimiento en versiones online y offline mejorando la reflexión y práctica metodológica inserta en la complejidad cambiante y globalizante de un contexto que requiere de herramientas tradicionales y, también, innovadoras para su investigación internacional y nacional.

El máster de Consumo y Comercio es una referencia en el ámbito de la Sociología de Consumo e investigación de mercado, siendo seleccionado parte del grupo de Coordinación para formar parte del Comité de Investigación de Sociología del Consumo en la Federación Española de Sociología donde participan estudiantes, profesorado y profesionales del ámbito de la investigación de mercados, el consumo y el comercio.

El Máster Universitario de Consumo y Comercio se organiza siguiendo una estructura mixta en módulos con una duración de dos semestres en un curso académico. Cada crédito ECTS se corresponde con 25 horas de trabajo del alumno/a. El egresado de este Máster debe cursar un total de 60 créditos ECTS para obtener esta titulación.

La Facultad de Comercio y Turismo es un centro multi e interdisciplinar que favorece la impartición de materias diversas apoyadas en expertos con trayectorias y perfiles profesionales que favorecen la transmisión de conocimientos relacionados con la actividad empresarial, necesarias en un título profesional. Por lo tanto, la participación de profesorado con experiencia en el ámbito profesional y la participación y contacto con profesionales es una parte fundamental para la participación en redes profesionales.

En estos años, como se ha comentado anteriormente, se ha realizado un esfuerzo por mejorar y cumplir los objetivos planteados en la memoria de verificación, con la ayuda inestimable del Vicedecanato de Estudios y Calidad, tal y como se aprecia en las memorias e informes de seguimiento. Además, se ha realizado un esfuerzo por mejorar la coordinación entre el profesorado que comparte asignatura y el resto de las asignaturas para fortalecer el aprendizaje curricular del estudiante, mejorar su rendimiento y elección del título que ha llevado a que cada vez más estudiantes lleguen al máster a través de recomendaciones externas al mismo y aumente el número de estudiantes del máster, pero respetando el número máximo de plazas de la memoria de verificación y admitiendo, sólo, al estudiantado con capacidades lingüísticas y formativas de partida apropiadas para una buena resolución del aprendizaje profesionalizante.

Por último, en relación a las personas egresadas, se ha reforzado el seguimiento y conocimiento de su situación de inserción laboral a través de una encuesta enviada por la coordinación del máster, para así reforzar los datos obtenidos por la encuesta de la facultad de Comercio y Turismo a las personas egresadas para mejorar la autorreflexión y ver las potencialidades que bajo su conocimiento se pueden hacer de las dinámicas y derivas del máster.

DIMENSIÓN 1. La gestión del título

Criterio 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

EL PROGRAMA FORMATIVO ESTÁ ACTUALIZADO DE ACUERDO A LOS REQUERIMIENTOS DE LA DISCIPLINA Y SE HA IMPLANTADO CONFORME A LAS CONDICIONES ESTABLECIDAS EN LA MEMORIA VERIFICADA Y/O SUS POSTERIORES MODIFICACIONES.

1.1. La implantación del plan de estudios y la organización del programa son coherentes con el perfil de competencias y objetivos del título recogidos en la memoria de verificación y se aplica adecuadamente la normativa académica.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: a) La estructura del plan de estudios implantado (asignaturas, actividades formativas, sistemas de evaluación, etc.) es coherente con lo previsto en la Memoria de verificación del título, de fecha 8 de julio de 2015, y no ha sufrido modificaciones posteriores. Se implantó por primera vez en el curso 2015-2016 y desde entonces ha mantenido la estructura original.

El título consta, desde ese inicio, de tres Módulos y tres Materias:

El Módulo I, 'Conocimientos Comunes avanzados obligatorios' (42 créditos) incluye la Materia 1, dedicada al análisis de Modelos, teorías y regulación en Consumo y Comercio (24 créditos) y la Materia 2, destinada al estudio de Metodologías de investigación e intervención en Consumo y Comercio (18 créditos). Plantea este Módulo la perspectiva histórica, socio-económica, comunicativa, institucional y normativa; los enfoques, técnicas y prácticas investigadoras (las asignaturas comprendidas en ambas Materias recogen estos contenidos). Proporciona bases teóricas y de investigación (técnicas de investigación adaptadas al área de consumo y comercio), que serán puestas en práctica en el siguiente Módulo de asignaturas optativas.

El Módulo II, de 'Especialización optativa' comprende la Materia 3, encargada de adentrar al estudiante en los ámbitos de Contexto comercial y comportamientos de los consumidores y consumidoras en la sociedad actual (12 créditos). Ofrece opciones que van desde el análisis de las formas más emergentes (y en continua evolución) de consumo hasta los formatos y comportamientos peculiares de consumo turístico, pasando por otro apartado hegemónico en los programas formativos en la actualidad- el análisis de las estrategias de las personas consumidoras y sus efectos en sus comportamientos de compra, gasto y consumo. Este Módulo ofrece, como optativa, la realización de Prácticas externas (empresas, organizaciones vinculadas a consumo y/o comercio). Esta parte aporta dinamismo al afrontamiento del aprendizaje profesionalizante y académico al poder crear un currículum personalizado según las necesidades del estudiante.

El Módulo III está destinado al Trabajo Fin de Máster (6 ECTS), consistente en la realización de una investigación original, tutelada, sobre algún aspecto de las asignaturas cubiertas por este programa formativo.

Las actividades formativas empleadas aseguran la consecución de los resultados de aprendizaje establecidos en la Memoria de Verificación, que son asimismo recogidos en las Guías Docentes de las distintas asignaturas. En éstas se concretan los objetivos

de aprendizaje y las actividades formativas y sistemas de evaluación. Las actividades recogidas en las guías de las asignaturas son coherentes y dan cuenta de las competencias y objetivos del título. Las diferentes actividades formativas empleadas en el conjunto de asignaturas del Máster han demostrado unos resultados de aprendizaje satisfactorios. Todos los años las fichas docentes son actualizadas y revisadas. Pueden encontrarse en la página web del máster.

Véase evidencia EV01- Guías Docentes

Véase: <https://www.ucm.es/consumocomercio/fichas-docentes-por-asignatura-obligatoria-y-optativa>

b) Las actividades formativas empleadas en las diferentes asignaturas del máster cumplen con los porcentajes de presencialidad y se llevan a cabo en centros autorizados. En el desarrollo y evaluación (calificaciones) de cada asignatura se tiene en cuenta la asistencia y participación activa en clase, el trabajo guiado (grupal, individual) y otros indicadores de seguimiento académico (búsqueda y tratamiento de información, pruebas puntuales y exámenes, participación en actividades fuera del aula...). En el apartado dedicado a 'Evaluación' de las Fichas de cada asignatura se recogen los indicadores y porcentajes de referencia para valoración final de la calificación, que se ajustan a lo propuesto y aprobado en la Memoria del Máster. Con relación a la asistencia y participación activa en clase el profesorado lo justifica mediante 'hojas de firma' o ejercicios en clase escritos, recogido y debatidos informado el estudiante de ello.

El equipo docente introduce actividades formativas complementarias, como conferencias y seminarios, presentaciones por parte de profesionales y visitas a organismos oficiales implicados en 'consumo y comercio'. También, las facultades de Comercio y Turismo y Ciencias Políticas y Sociología realizan actividades extraacadémicas a las que el alumnado asiste.

c) Las competencias y resultados de aprendizaje reflejados en las guías docentes están actualizados al perfil de egreso del título y corresponden al nivel formativo 3 del MECES.

d) El idioma utilizado es el español, tal como se indica en la memoria de verificación. En ese sentido, el nivel oficial C1 de español es requisito para estudiantes extranjeros no hispanoparlantes que no hayan realizado los estudios de Grado en España, en castellano.

e) El tamaño de grupo es adecuado a las actividades formativas desarrolladas dentro de las distintas asignaturas y facilita la consecución de los resultados de aprendizaje previstos. La Memoria de Verificación establece un máximo de 40 alumnos, límite que hasta ahora no se ha superado.

Ver evidencia: Tabla 03.A-Admisión y matrícula. .

f) El título contempla la realización de prácticas externas optativas que se realizan en instituciones, entidades y empresas adecuadas con una carga de trabajo que se ajusta a los 6 ECTS indicados en la Memoria Verificada. Se adquieren los resultados de aprendizaje correspondientes y se dispone de suficientes plazas para que la totalidad del alumnado matriculado pueda realizarlas. Además, se llevan a cabo los mecanismos necesarios para que las prácticas cumplan la normativa específica y puedan realizarse dentro del periodo contemplado en el plan de estudios y por lo tanto permiten finalizar la titulación en el plazo previsto. Las prácticas externas propuestas son adecuadas para la adquisición de las competencias, contenidos y destrezas del título.

Las Prácticas como asignatura optativa responde a la necesidad de atender a un alumnado profesional que busca actualizar, contrastar o titular sus conocimientos, pero ya ejerce una práctica profesional y, también, a otro que necesita la adquisición y/o reforzamiento de competencias relacionadas con el ejercicio profesional en entornos de trabajo fuera de la universidad. La gestión administrativa de estas prácticas se lleva a cabo en la Oficina de Prácticas de la Facultad de Comercio y Turismo. Ver EVIDENCIAS EV10.1, EV10.1A, EV10.1B, EV10.1C, EV10.1D, EV10.1E, EV10.2 Y EV10.3.

El horario de clases y actividades formativas del Máster permiten la realización de Prácticas en el período previsto para la realización del Plan de estudios, pero es posible otra opción por parte del alumnado (fragmentación de matrícula, ampliación temporal voluntaria de realización del Máster).

Existe una coordinación entre el tutor/a académico/a de prácticas y el tutor/a de la institución/empresa. Un miembro de la Comisión de Coordinación del Máster mantiene durante el curso un seguimiento de la situación de estudiantes en prácticas (atención de demandas concretas, tutorías orientativas); también se informa y orienta sobre la posibilidad de realización de Prácticas extracurriculares (la Oficina de Prácticas en la Facultad gestiona también estos protocolos).

La realización y obtención de buenas prácticas para el estudiantes están garantizadas a tres niveles: por los convenios que se realizan por la Oficina de Prácticas de la Universidad, en general, a través del sistema de gestión de prácticas GIPE que agiliza todas las gestiones; al mismo tiempo que la oficina de Prácticas de la Facultad de Comercio y Turismo garantiza la calidad, adecuación y oportunidad del alumnado del máster y por el tutor/a de la asignatura de prácticas que vela por la obtención y calidad específicas de las mismas para el estudiante, y es el que tiene el contacto más estrecho con las necesidades de los y las

estudiantes.

Por último, es necesario decir la buena valoración de las prácticas por parte del alumnado, las empresas u organismos y de sus tutores/as.

g) Las normativas de permanencia establecidas se aplican correctamente y coinciden con las establecidas en la Memoria de verificación.

En el Máster en 'Consumo y Comercio' rigen las normas de permanencia generales de la Universidad Complutense de Madrid, publicadas en el BOUC nº14, 20-11-2008 (se puede consultar en (<https://bouc.ucm.es/pdf/902.pdf>) y modificadas por el acuerdo del Consejo de Gobierno de fecha 14 de julio de 2015, por el que se informa favorablemente esta modificación (<https://bouc.ucm.es/pdf/2199.pdf>). Hasta la fecha no ha sido necesario aplicar la normativa de permanencia establecida en ningún caso.

Véase en la web del máster: <https://www.ucm.es/consumocomercio/acceso-a-norma-concreta>

h) Los sistemas de transferencia y reconocimiento de créditos responden a procedimientos establecidos o criterios normativos de la propia universidad y se aplican de forma precisa y justificada,

teniendo en cuenta siempre la adecuación de los reconocimientos efectuados por formación/experiencia previa en relación con las competencias a adquirir por parte del estudiante en el título. En todo caso, el procedimiento asegura que el estudiante ha adquirido los resultados de aprendizaje de los créditos académicos reconocidos.

Existe una normativa general para la Universidad Complutense de Madrid, el Reglamento de Reconocimiento y Transferencia en los Estudios (en <https://bouc.ucm.es/pdf/1529.pdf>), publicada en el BOUC nº 14, 10 de noviembre de 2011. En la última modificación de la Memoria Verificada (2020) se incorporó específicamente los reconocimientos de la experiencia profesional para las prácticas externas.

Véase: <https://www.ucm.es/consumocomercio/reconocimiento-y-transferencia-de-creditos>

1.2. El título cuenta con mecanismos de coordinación docente (articulación horizontal y vertical) entre las diferentes materias/asignaturas que permiten tanto una adecuada asignación de la carga de trabajo del estudiante como una adecuada planificación temporal, asegurando la adquisición de los resultados de aprendizaje.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: a) La coordinación vertical y horizontal está garantizada. El Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC) es el que establece los criterios y mecanismos de coordinación vertical y horizontal para impedir y minimizar el solapamiento de los contenidos, hacer seguimiento de los planes, memorias y asignaturas dentro de la facultad de Comercio y Turismo donde participa el máster.

Véase : <https://comercioyturismo.ucm.es/calidad> y <https://www.ucm.es/ConsumoComercio>

Siguiendo las directrices del SGIC y las recomendaciones concretas del Vicedecanato de Estudios y Calidad y la Comisión de Calidad, el máster atiende a todas las peticiones y revisiones que dentro de estos órganos se hacen en torno al mismo.

El modelo de coordinación del máster se establece en la siguiente estructura: coordinador/a, el Consejo Académico, Comisión de Coordinación o claustro y la coordinación del profesorado por asignatura.

El Consejo Académico del Máster está formada por cuatro miembros del equipo docente, que participaron de forma muy activa en todo el proceso de propuesta y elaboración del proyecto y plan docente del Máster y que en los últimos años velan por la calidad e innovación del máster.

El equipo docente o claustro de profesorado forma parte de la Comisión de Coordinación del Máster, participa al menos tres veces al año (principio de curso, cambio de cuatrimestre y final de curso) en una reunión para conocer, mejorar, avanzar y proponer iniciativas en las diferentes cuestiones del máster: conocimiento de los y las estudiantes, articulación de los trabajos y evaluaciones que se realizan en cada asignatura, propuestas de implementación, prácticas y eventos, propuesta de empresas para realizar prácticas externas, etc.

Véase Evidencia EV02B.

Los coordinadores de asignaturas son nombrados por cada Departamento dentro del profesorado del máster y tienen las funciones de coordinar la elaboración y actualización de la guía docente de cada asignatura, proponer el calendario de actividades y los materiales docentes de referencia para los estudiantes, coordinar la docencia y evaluación de cada asignatura y promover la colaboración con el resto de asignaturas. Cada asignatura tiene su Campus Virtual, campus compartido por el profesorado de la asignatura y que de forma colectiva deciden alimentar con materiales, eventos, prácticas, etc. Las prácticas (ejercicios, seminarios, debates, encuentros, etc.) que se realizan en cada asignatura son consensuadas por el profesorado de la asignatura y revisadas por el coordinador de la misma en búsqueda de coherencia curricular, evitación de sobrecarga en el alumnado y cumplimiento del programa.

Una muestra de coordinación entre asignaturas por parte del profesorado son las asignaturas de "La cadena de valor y nuevas fórmulas empresariales de distribución comercial" y "Comercio y técnicas de comunicación" donde el alumnado desarrolla un trabajo común para las dos asignaturas y se comparte el campus virtual de la primera.

Como complemento a esta comunicación directa entre profesorado del Máster, se publica información relevante en la página web. La página transmite noticias o convocatorias relativamente urgentes y/o puntuales, pero también contiene información más permanente (aunque en actualización cuando se requiere) del profesorado y de sus propuestas docentes (programas, fichas, información sobre protocolos, evaluación, contacto...)

El Consejo Académico se encarga del seguimiento de la marcha del curso, la redacción y actualización del documento Directrices para la Realización del TFM (cada año hay que incluir, al menos, fechas ad hoc del protocolo de entrega y defensa) o la designación de tribunales y tutores para el Trabajo Fin de Máster, previa consulta al profesorado y la solicitud de sus líneas de investigación; también otras como el mantenimiento y actualización de página web, la redacción de las memorias anuales de seguimiento y revisión redacción de alegaciones cuando ha sido demandado. La función de coordinación se asume de forma conjunta y solidaria por los componentes del Consejo Académico aunque se cuenta con una coordinadora/o. Hay representación (coordinación Máster) en la Junta de Facultad y en la Comisión de Calidad, a instancias del Decanato y Vicedecanato de Estudios y Calidad, respectivamente, de la Facultad de 'Comercio y Turismo'.

Para garantizar, aún más, una adecuada asignación de carga de trabajo al estudiante y comunicación del profesorado se ha abierto un campus virtual específico para el claustro de profesores/as donde todo el profesorado está informado de las actividades que realiza el resto de compañeros y compañeras.

b y c) El Máster en 'Consumo y Comercio' se imparte únicamente en la Facultad de Comercio y Turismo de la UCM de forma presencial que dispone de los recursos adecuado y se adapta a las necesidades y requerimientos del máster en cuanto a la necesidad de espacios. Además, dentro de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología se utiliza el Laboratorio de metodologías cualitativas.

d) Como se ha comentado, el plan de estudios cuenta con una asignatura optativa de prácticas externas (6 ECTS). Las prácticas externas tienen un coordinador de la asignatura de prácticas que se coordina y establece los canales adecuados con el tutor/a de la institución, entidad y empresa asegurando la supervisión necesaria para que las prácticas permitan a los estudiantes adquirir las competencias correspondientes.

El centro dispone de una Oficina de prácticas y de la figura de la Delegada de la Decana para la Empleabilidad y el Emprendimiento que constituyen el mecanismo principal de coordinación de prácticas externas para todas las titulaciones del centro. Las prácticas son supervisadas por un tutor académico y un tutor de entidad. Todo el proceso de gestión de las prácticas externas (convenio, oferta y asignación) así como su desarrollo y evaluación, incluyendo la coordinación entre parte académica interna y parte de la entidad externa queda registrado a través del sistema informático GIPE (Gestión Integral de Prácticas Externas). [EV10.1-Informe de prácticas externas y anexos]..

La gestión del programa de prácticas incluye la búsqueda de entidades colaboradoras, evaluación de propuestas, establecimiento del convenio marco, asignación de ofertas, así como la atención personal al alumnado, difusión de la información del programa e incorporación del estudiante a la entidad. También incluye el seguimiento de las prácticas realizadas y su posterior calificación. Todo el alumnado matriculado en la asignatura de Prácticas está bajo la tutela de un profesor del Máster que coordina la asignatura (optativa) y de una persona responsable de su formación en la empresa u organización que evalúan a los y las estudiantes.

El alumnado tiene la obligación de presentar una Memoria en la que debe reseñar su experiencia de aprendizaje y valoración personal de la práctica, la atención recibida por parte del tutor y la relación entre el contenido de la práctica y los estudios cursados, en los plazos establecidos en la Guía de Prácticas.

La valoración de las prácticas por el alumnado es muy positiva y todos los alumnos y alumnas que quieran hacer prácticas pueden hacerlas tanto curriculares como extracurricularmente con el apoyo del tutor académico y la Oficina de Prácticas de las Facultad de Comercio y Turismo.

Véase Evidencias EV10.1, EV10.1A, EV10.1B, EV10.1C, EV10.1D, EV10.1E, EV10.2.

e) La satisfacción de los diferentes grupos de interés involucrados en el título con la coordinación es adecuada.

Desde la creación del máster todos los grupos de interés han mostrado su satisfacción con la coordinación en general, también del máster y, en particular, con la coordinadora: siendo el periodo registrado para esta acreditación el último año que coordinó el máster, al acercase su momento de jubilación.

En el caso de los empleadores o empresas empleadoras el 100 por 100 dice que Sí, aceptaría seguir recibiendo estudiantes en prácticas de la Facultad (100%).

Entre las personas egresadas la satisfacción con la titulación es de 7,6.

De entre los y las estudiantes del curso 2022-23, contestaron 7 de 35 a la encuesta, valorando la atención al estudiante con un 5,5. Sin embargo, la satisfacción con el título es del 4,7, lo que hace que dentro del máster se realizara un periodo de reflexión alentado por la gran desviación típica que sustentan estos números, 4,2 y 3 respectivamente, y de ahí que se hiciera una entrevista a un representante del curso que ha servido para dar luz a las motivaciones de estos estudiantes para realizar esa evaluación. En ese sentido, cuestiones como las expectativas de quedarse en España, las diferencias sociales, económicas y culturales del alumnado, la transmisión del profesorado de aplacar las expectativas y motivar la carga de trabajo dan significado a esa valoración que cuenta con una gran desviación típica.

La satisfacción del Profesorado Docente Investigador (PDI) es del 8,4 con la titulación y con la coordinación de la titulación la media es de 9,0.

Por último, el Personal de Administración y Servicios (PAS) muestra una satisfacción con el trabajo del 8,8. Dan un 8,3 de media a "Sentirse parte de un equipo de trabajo" y un 7 a la "Comunicación con el profesorado" en el apartado de información. Estos datos, aunque como se decía no son específicos del máster, pueden esbozar la sintonía de la coordinación con el máster y su profesorado del PAS.

Véase Evidencia EV09. Indicadores satisfacción y Tabla 07 Indicadores de satisfacción.

1.3. Los criterios de admisión aplicados permiten que los estudiantes tengan el perfil de ingreso adecuado para iniciar estos estudios y en su aplicación se respeta el número de plazas ofertadas en la Memoria verificada.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: a) El número de estudiantes matriculados o de nuevo ingreso en el título no supera lo aprobado en la memoria de verificación.

Como se apuntaba en el apartado 1.1.e), el número de estudiantes matriculados no ha superado el máximo de 40 establecido en la Memoria de Verificación. Tampoco se ha llegado a alcanzar hasta ahora ese número de matriculaciones, aunque tendencialmente se logra una aproximación, alcanzando en el curso 2022-23 los 35 estudiantes.

b. En el máster, el perfil de acceso, los requisitos y pruebas específicas de admisión son públicos y coherentes y se ajustan a la legislación vigente

El acceso a la titulación se rige por las normas legales generales y las propias de la Universidad Complutense de Madrid.

Para solicitar el acceso es necesario estar en posesión de un título universitario oficial español u otros expedidos por una institución de educación superior del Espacio Europeo de Educación Superior que faculten en el país expedidor del título para el acceso a las enseñanzas de Máster. También pueden solicitar acceso los titulados procedentes de sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior (sin necesidad de la homologación de sus títulos), previa comprobación por la Universidad Complutense de que aquéllos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado.

Se considera requisito imprescindible un nivel de español que permita el adecuado seguimiento de las actividades docentes. Este nivel se presupone para personas procedentes de países donde el español sea lengua oficial. En caso contrario, se debe acreditar un nivel C1 (certificado expedido por un centro oficial).

Los criterios de admisión y resultados de su aplicación figuran en la página web del Máster. En general, los contenidos del Máster en Consumo y Comercio han buscado una óptima adecuación a alumnos/as procedentes de la Facultad de Comercio y Turismo y de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (ambas Facultades responsables del título) aunque, dado su carácter multidisciplinar, formativo y profesional, es una oferta pensada para alumnos procedentes de otros ámbitos formativos.

Los miembros de la Comisión de Coordinación han realizado entrevistas personales a las personas candidatas con perfil adecuado, como parte del proceso de selección. Aportan estas entrevistas un valor cualitativo para detectar el interés de los solicitantes por el Máster y la adecuación de esta oferta formativa a su trayectoria y proyección profesional. También son un eficaz medio para valorar, en su caso, los conocimientos prácticos del idioma.

Los criterios de admisión (perfil de ingreso) y acceso al master son:

- Graduados en Comercio
- Graduados en Turismo
- Graduados/Licenciados en Sociología
- Graduados/Licenciados en Derecho
- Graduados/Licenciados en Economía
- Graduados/Licenciados en Dirección y Administración de Empresa
- Otros Graduados/Licenciados en Ciencias Sociales y Jurídicas, siempre que los alumnos acrediten vinculación con la titulación (ya sea formación específica o experiencia profesional).

* Es requisito imprescindible un nivel de castellano que permita el adecuado seguimiento de las actividades docentes (Acreditar un Nivel C1 - Verifica apartado 4.2)

* Requisitos generales de admisión: <https://www.ucm.es/requisitos-de-admision-a-masteres>

Los criterios de valoración que se siguen son:

- Máxima puntuación: 100
- Expediente académico en la titulación de acceso: 50
- Formación específica (exceptuando titulación de acceso): 15
- Experiencia profesional en el ámbito/adecuación del perfil: 20
- Otros: 15

Por último, en este apartado queremos destacar el esfuerzo que se está haciendo por nivelar las capacidades lingüísticas y formativas del estudiantado del máster, siendo evidentes la mayor homogeneidad de las titulaciones de origen del alumnado y la

posesión del nivel C1 de español o castellano para alumnado extranjero que no haya cursado un grado en castellano en la UCM. En ese sentido, en la primera reunión de la Comisión de Coordinación se debate sobre el alumnado y se focaliza sobre sus procedencias, capacidad idiomática y formativa para consensuar estrategias de abordaje dentro del aula de inclusión, mitigando en lo posible el cierre cultural, por ejemplo, a través de la creación de grupos de trabajo en las asignaturas donde la diversidad cultural sea tenida en cuenta.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: El Máster de Consumo y Comercio cumple lo planteado en la memoria verificada (2015), su modificación (2020), informes de seguimiento de los años posteriores y renovación de acreditación (2019) en cuanto a la organización y desarrollo del título. Más concretamente, se han aplicado o implementado en coherencia con dichas memorias los criterios de admisión, las normas sobre permanencia y los mecanismos de coordinación docente. Las guías docentes y programas de las asignaturas se actualizan curso a curso de acuerdo a las competencias, metodologías y sistemas de evaluación aprobados en las memorias; contando además con las aportaciones de estudiantes y profesores e incorporando las sugerencias y aprendizajes derivados de las reuniones grupales. En este curso, se ha realizado una entrevista final con el delegado/a o representante del alumnado para conocer de forma dialógica y contextualizada, cuestiones sobre la satisfacción, organización y desarrollo del máster.

De ahí, que se quiera destacar los esfuerzos por la coordinación vertical y horizontal del máster a través de la coordinadora, la comisión académica, la comisión de coordinación o claustro de profesorado y coordinación de las asignaturas y que ha dado la creación de un campus virtual específico para el claustro del profesorado donde se coordinan todas las asignaturas, al igual que el campus virtual de cada asignatura donde queda reflejada la coordinación del profesorado de una asignatura. Por último, existe una ficha de coordinación del trabajo del alumnado con acceso a todo el profesorado en el campus virtual compartido. Por último, es necesario destacar el buen funcionamiento del sistema de coordinación y supervisión previsto para las Prácticas Externas donde Universidad (a través de GIPE), la Oficina de Prácticas de la Facultad de Comercio y Turismo y el tutor de prácticas académicas hacen que el alumnado tenga una experiencia satisfactoria en su primer contacto laboral en la materia.. Proceso que acoge la recomendación del anterior proceso de acreditación como es el reconocimiento de la experiencia profesional que será reconocida por la realización de la práctica externa.

EVIDENCIAS:

- EV01-Guías docentes
- EV02-Mecanismos de coordinación
- EV02A-Mecanismos de coordinación-Actas Comisión de Calidad
- EV02B-Mecanismos de coordinación-Actas Comisión de Coordinación Título
- EV02C-Mecanismos de coordinación-Directrices de coordinación y guías
- EV03.1-SIGC-Memorias de seguimiento
- EV04.3-Memorias prácticas
- EV08.1-Infraestructuras
- EV09-Indicadores satisfacción
- EV10.1-Informe prácticas externas
- EV10.1A-Listado entidades y plazas
- EV10.1B-Listado alumnos con empresa, tutores y periodo de prácticas
- EV10.1C-Listado de tutores académicos
- EV10.1D-Listado de tutores entidad
- EV10.1E-Rubrica evaluación (modelos GIPE)
- EV10.2-Coordinación entre tutores académicos y tutores entidad
- EV11-Aplicación de criterios de admisión (dos cursos)
- EV16-Listado de profesorado del título (departamento, categoría y dedicación)

Tablas:

- Tabla 03.A
- Tabla 04
- Tabla 07

Criterio 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

LA INSTITUCIÓN DISPONE DE MECANISMOS PARA COMUNICAR DE MANERA ADECUADA A TODOS LOS GRUPOS DE INTERÉS LAS CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA Y DE LOS PROCESOS QUE GARANTIZAN SU CALIDAD.

2.1. La universidad pone a disposición de todos los grupos de interés información objetiva y suficiente sobre las características del título y sobre los procesos de gestión que garantizan su calidad.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: La información sobre el título es pública, libre y de fácil acceso para los agentes interesados con anterioridad al inicio del curso. Véase <https://www.ucm.es/ConsumoComercio>

a) Denominación de la titulación, vías de acceso al título y perfil de ingreso recomendado, estructura del plan de estudios (ECTS), idiomas, número de plazas, centros de impartición, modalidad, posibles ámbitos de desempeño profesional y normativas de la universidad. Véase <https://www.ucm.es/consumocomercio/presentacion-descripcion-del-titulo>

Véase Acceso y admisión, así como sus subcarpetas: <https://www.ucm.es/consumocomercio/acceso-y-admision>

b) Aparecen las guías docentes del título para todas las asignaturas, incluidas las prácticas externas y los Trabajos Fin de Grado o de Máster con la descripción de cada asignatura (ECTS, resultados de aprendizaje, actividades formativas y sistemas de evaluación, profesorado responsable, horarios, aulas, calendario de exámenes, etc.) Véase Planificación de estudios <https://www.ucm.es/consumocomercio/planificacion-de-los-estudios> y sus subcarpetas.

c) En el Sistema Interno de Garantía de Calidad del máster figuran los responsables de este, los procedimientos y acciones de mejora puestas en marcha, así como información sobre los principales resultados del título y el Sistema de quejas y reclamaciones.

Véase Sistema de Garantía de Calidad y sus subcarpetas: <https://www.ucm.es/consumocomercio/sistema-de-calidad>

Véase Evolución e Historia: https://www.ucm.es/consumocomercio/evolucion-e-historia_mocc

d) La publicación de información relacionada con las características del programa formativo autorizado y del resultado de los procesos de evaluación y acreditación del título. Véase: <https://www.ucm.es/consumocomercio/plan-de-estudios%202020-2021>, <https://www.ucm.es/consumocomercio/planificacion-de-los-estudios> <https://www.ucm.es/consumocomercio/sistema-de-calidad>.

e) Contiene información sobre la satisfacción de los diferentes grupos de interés involucrados en el máster. Véase: <https://comercioyturismo.ucm.es/encuestas-de-satisfaccion-con-las-titulaciones>

f) Existe más de un portal por el que se pueda acceder a la información del máster de consumo y comercio que están vinculadas a través de los enlaces: <https://www.ucm.es/ConsumoComercio> y <https://comercioyturismo.ucm.es/master>

La información de la web se revisa sistemática y periódicamente para que alumnado, profesorado y otros grupos de interés estén informados.

El máster también cuenta con redes sociales como Facebook y LinkedIn.

En los 'Informes de Seguimiento' del título, proporcionados anualmente por el Vicerrectorado de Calidad de la UCM a partir de las Memorias redactadas desde el propio título, se ha venido recomendando una revisión y actualización de la información contenida en la página electrónica del curso, <https://www.ucm.es/consumocomercio>; a partir de esta recomendación, la página web ha sido reorganizada y actualizada. En la actualidad, la estructura de presentación es la siguiente:

Pestañas Principales:

- I. Presentación. Descripción del título
- II. Objetivos y Competencias
- III. Acceso y Admisión
- IV. Planificación de los Estudios
- V. Personal Académico
- VI. Sistema de Calidad
- VII. Información adicional
- VIII. Historia del MOCC

Contenidos:

I. Presentación. Descripción del título

- Descripción del Título
- Normas de permanencia
- Ubicación y contacto
- Díptico informativo
- Recursos materiales y servicios

II. Objetivos y Competencias

- Objetivos
- Competencias (básicas, generales, transversales, específicas)

III. Acceso y Admisión

- Acceso y criterios de admisión
- Plazos de pre-inscripción y aceptación
- Matrícula
- Reconocimiento y transferencia de créditos
- Becas y ayudas
- Orientación e información al estudiante

IV. Planificación de los Estudios

- Plan de estudios
- Distribución de créditos por Materias-Asignaturas
- Fichas docentes
- Calendario y horarios
- Fechas de exámenes por semestres
- Trabajo fin de máster
- Prácticas en empresas/organizaciones

V. Personal Académico

- Claustro académico
- Coordinación y colaboración

VI. Sistema de Calidad

- Organización, composición y funciones del Sistema Interno de Garantía de Calidad
- Información sobre inserción laboral
- Memoria de Verificación
- Memorias de seguimiento
- Indicadores de calidad. Encuestas a estudiantes
- Registro Unificado de Centros y Titulaciones del Ministerio de Educación (RUCT)

VII. Información adicional

- Delegación de alumnos
- La Casa del Estudiante
- Recursos Materiales y Servicios

VIII. Evolución e historia del título

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: En relación al criterio de 'INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA', el máster cumple los requisitos establecidos, puesto que su página web comunica a los diferentes agentes interesados información objetiva y suficiente sobre las características del título y los procesos de gestión que garantizan su calidad.

EVIDENCIAS

Véase:<https://www.ucm.es/consumocomercio>

Criterio 3. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC)

LA INSTITUCIÓN DISPONE DE UN SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD FORMALMENTE ESTABLECIDO E IMPLEMENTADO QUE ASEGURA, DE FORMA EFICAZ, LA MEJORA CONTINUA DEL TÍTULO.

3.1. El SGIC dispone de un órgano responsable que analiza la información disponible del título para la toma de decisiones en el diseño, seguimiento, acreditación y mejora continua.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: El centro dispone de un Sistema Interno de Garantía de Calidad formalmente establecido e implementado que asegura, de forma eficaz, la mejora continua del título. Véase: <https://comercioyturismo.ucm.es/calidad>

a) Los procedimientos que permiten garantizar la recogida de información de forma continua, el análisis de los resultados (del

aprendizaje, de la inserción laboral y de la satisfacción de los distintos grupos de interés), su utilidad para la toma de decisiones y la mejora de la calidad del título, en especial de los resultados de aprendizaje del alumno

La Facultad de Comercio y Turismo cuenta con un Sistema Interno de Garantía de la Calidad (SGIC). Este sistema fue modificado y contó con la aprobación de la Oficina de Calidad de la UCM el 1 de febrero de 2017

Véase: <https://comercioyturismo.ucm.es/file/sgic-f-comercio-y-turismo-def-2-febrero-2017>

Dicho sistema retroalimenta y facilita las políticas de calidad del máster como aparece en los informes de seguimiento del máster y en su página Web: <https://www.ucm.es/consumocomercio/sistema-de-calidad>

El responsable de garantizar la calidad interna de los títulos de la Facultad de Comercio y Turismo será el/la Decano/a de la Facultad o persona en quien delegue. Actualmente, la Comisión de Calidad del Centro es el órgano responsable de garantizar la calidad de las titulaciones impartidas en la Facultad de Comercio y Turismo, como Comisión delegada de la Junta de Facultad, y presidida por la Vicedecana de Estudios y Calidad. La relación nominal de la composición de la Comisión de Calidad se encuentra publicada en la web de la Facultad. Para el año del informe: <https://comercioyturismo.ucm.es/file/relacion-nominal-de-los-responsables-del-sgic>

Toda la información relativa a su funcionamiento se encuentra disponible en: <https://comercioyturismo.ucm.es/sistema-de-garantia-interna-de-calidad-sgic>

B y c) La Comisión de calidad analiza la información del título y de los resultados y toma decisiones para la mejora de la calidad del mismo. Dicho órgano realiza el seguimiento interno: dando respuesta a las recomendaciones y advertencias indicadas en los informes de evaluación externa; proponiendo actualizaciones y modificaciones del título y coordinando los procesos de evaluación interna. Para la acreditación del mismo la Comisión de Calidad se reúne periódicamente, al menos, tres veces durante el curso académico. En estas reuniones se analiza la información de los títulos, siendo especialmente importantes las sesiones de evaluación de memorias de seguimiento anuales internas, y toma decisiones respecto a los planes de mejora internos que acompañan dichas memorias anuales.

Asimismo, se analizan los informes de evaluación y seguimiento internos (anuales) y externos (ordinarios, especiales, etc.) y se atienden las recomendaciones y modificaciones necesarias recibidas. Este organismo es quien, en caso necesario, propone actualizaciones y modificaciones de los títulos, también es quien coordina los procesos de evaluación interna para la acreditación de los títulos. Además, se recogen los planes de mejora/memorias de calidad que recojan las actuaciones acordadas por el órgano responsable del SIGC

Véase: EV02A-Mecanismos de coordinación-Actas Comisión de Calidad.

d) Los agentes implicados en el máster están informados del funcionamiento del SIGC y conocen las propuestas de mejora resultado de su análisis.

Véase: <https://comercioyturismo.ucm.es/calidad> y <https://www.ucm.es/consumocomercio/sistema-de-calidad>

A partir de los enlaces referenciados más arriba se muestra la puesta en marcha de los procedimientos del sistema de garantía de calidad previstos en el punto 9 de la Memoria presentada a verificación y que constan en la página electrónica de la UCM (<http://www.ucm.es/calidad>) y concretamente los relativos a la estructura y funcionamiento del sistema de garantía de calidad del título, siendo común para todas las titulaciones en la Facultad de Comercio y Turismo.

El SGIC está implantado y se sustenta en la Comisión de Calidad, que es la responsable del seguimiento y análisis de la calidad del Título. La aprobación de la Comisión de Calidad, específicamente dedicada a garantizar la calidad de las titulaciones, y de su reglamento específico de funcionamiento corresponde a la Junta de Centro. La Comisión de Calidad es, por lo tanto, una Comisión delegada de la Junta de Centro (constituida por este Órgano en reunión celebrada el 24 de junio de 2009). El Reglamento de funcionamiento de la Comisión de Calidad de las titulaciones del Centro fue aprobado por la Junta de Centro en su reunión del 11 de marzo de 2010, posteriormente modificado en la celebrada el 19 marzo de 2013 (modificación de la toma de decisiones en la Comisión de Calidad). Toda la información relativa al SGIC está disponible en el apartado de Calidad de la página web del Centro. Desde entonces, la Comisión de Calidad ha garantizado una homogeneidad en los criterios y procedimientos para el cumplimiento de los objetivos de calidad de todas y cada una de las titulaciones del centro. Se ha diseñado un sistema cuyo objetivo ha sido la revisión y análisis de cada titulación y un procedimiento de seguimiento general y común de todas las titulaciones del Centro. Como resultado, se ha actuado de forma coordinada, ya que en todas las reuniones de la Comisión celebradas se han planteado y abordado diferentes experiencias particulares de cada título, pero también puntos de vista y experiencias alternativas que emergen de la realidad global del Centro. Como evidencia de esta forma de actuar pueden considerarse las actas de las reuniones de la Comisión a lo largo del último curso (2022-2023), que han posibilitado adecuadamente el seguimiento eficaz del título. Véase: EV02A-Mecanismos de coordinación-Actas Comisión de Calidad.

La composición de la Comisión de Calidad del Centro es la siguiente:

1. La Vicedecana de Calidad y Alumnos, como Presidente y representando a las autoridades académicas
2. Cuatro representantes de los profesores funcionarios
3. Un representante de los profesores no funcionarios
4. Un representante del Personal Administrativo y de Servicios

5. Dos representantes del Alumnado

La relación nominal de los miembros que forman parte de la Comisión de Calidad se adjunta como 'evidencia'.

Las Normas de funcionamiento y sistema de toma de decisiones de la Comisión de Calidad responden:

1. Se ha diseñado un Reglamento de funcionamiento, aprobado por la Junta del Centro
2. Se realizan al menos tres reuniones ordinarias al año. Una en septiembre/octubre, en el comienzo del curso, otra en febrero, a mitad de curso, y la última en junio al concluir el periodo de docencia presencial. El/la Presidente puede convocar reuniones de urgencia si el asunto a tratar lo requiere
3. Las decisiones se toman por acuerdo cualificado (2/3 de los votos) de los miembros de la Comisión. En caso de empate el/la Presidente cuenta con voto de calidad
4. La Comisión de Calidad del centro debe poner en marcha las decisiones aprobadas e informar en las siguientes reuniones sobre su grado de avance o cumplimiento.

Véanse sobre organización, funcionamientos, así como otra información de interés del SGIC en:

<https://comercioyturismo.ucm.es/file/breve-descripcion-de-la-organizacion-y-funciones-del-sgic>

El Máster en 'Consumo y Comercio' se imparte únicamente en la Facultad de Comercio y Turismo, pero su titularidad es compartida con la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología; la Memoria del título fue presentada de forma conjunta por ambas Facultades, puesto que la iniciativa de su propuesta y el desarrollo del Plan de Estudios han sido realizados por varios de sus Departamentos de forma participada. Sin embargo, en relación al sistema de Calidad es la Facultad de Comercio y Turismo la que gestiona la calidad del máster pues es el centro donde se imparte la docencia.

3.2. El SGIC implementado, para la gestión eficiente del título, dispone de procedimientos que garantizan la recogida de información objetiva y suficiente y de sus resultados y que facilitan la evaluación y mejora de la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: El SIGC de la Facultad de Comercio y Turismo contempla la implantación de procedimientos que permiten el análisis y mejora de las titulaciones de la facultad, como las encuestas de satisfacción a los y las estudiantes del máster, PDI, PAS y otros grupos de interés como personas empleadoras para las prácticas; la calidad de la actividad y coordinación docente; la evaluación y seguimiento de los resultados del título y toma de decisiones derivadas; la publicación y difusión de los resultados; la gestión del sistema de reclamaciones, quejas y sugerencias establecido formalmente; las prácticas externas. Los programas de movilidad no aplican para el máster, al no tenerlas.

La Universidad Complutense de Madrid tiene establecido un procedimiento para el análisis del funcionamiento de los títulos que imparte, la formulación de acciones de mejora y su seguimiento. Dicho procedimiento se basa en un proceso con tres fases:

FASE 1. Elaboración de memorias de seguimiento anuales, donde se recogen y analizan datos relativos a las siguientes dimensiones: (0) información pública del título; (1) estructura y funcionamiento del Sistema de Garantía de Calidad del Título; (2) análisis de la organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación del título; (3) análisis del personal académico; (4) análisis del funcionamiento de quejas y sugerencias; (5) indicadores de resultado y satisfacción del título, incluyendo prácticas externas y movilidad; (6) tratamiento dado a las recomendaciones de los informes de verificación, seguimiento y renovación de la acreditación; (7) modificación del plan de estudios; (8) relación y análisis de las fortalezas del título; (9) relación de puntos débiles del título y propuesta de mejora. Dicho análisis queda recogido en las memorias de seguimiento anuales que son revisadas y aprobadas en Comisión de Calidad y Junta de Facultad o comisión delegada. Una vez aprobadas son enviadas para su evaluación por parte del Vicerrectorado de Calidad y puestas a disposición pública a través de la web.

Véase: <https://comercioyturismo.ucm.es/memorias-anuales-de-seguimiento>

Véase EV03.1A

FASE 2. Informe anual de seguimiento UCM. Desde el Vicerrectorado de Calidad se realiza una evaluación de la memoria de seguimiento anual del título y emite un informe de seguimiento. Dicho informe queda a disposición pública a través de la web.

Véase: <https://www.ucm.es/consumocomercio/informes-de-seguimiento-de-titulos>

EV03.1B FASE 3. Durante el curso académico siguiente se realiza un seguimiento de las mejoras planificadas y su implantación a través de la Comisión de Calidad del Centro y la Comisión de Coordinación del Título. Las mejoras implantadas se publican en la web del centro y del título: <https://comercioyturismo.ucm.es/file/mejoras-implantadas-comercio>

Véase EV03.1C

Las mejoras previstas no implantadas son revisadas y, en su caso, reformuladas o adaptadas incorporándose en el plan de mejora de las memorias de seguimiento del curso siguiente.

Las memorias de seguimiento también se encuentran en la página web del máster:

<https://www.ucm.es/consumocomercio/informes-de-seguimiento-de-titulos>

En el anterior proceso de renovación de la acreditación del máster se recibió como recomendación tomar medidas para incentivar la participación en las encuestas de satisfacción de estudiantes, egresados y empleadores. Desde entonces se pusieron en marcha varias medidas como la elaboración de material divulgativo, campañas de recordatorio, elaboración de sesiones monográficas, elaboración de guía explicativa sobre la evaluación de la calidad para profesores y estudiantes. Concretamente por

parte del máster se llevó a cabo un recordatorio continuo al alumnado y profesorado de la importancia de su participación que se espera dé frutos en la próxima encuesta.

De forma más pormenorizada, el análisis de la satisfacción de los estudiantes y del profesorado con el título se obtiene mediante encuestas que son remitidas a los distintos actores. Para la realización de estas encuestas se cuenta con la ayuda técnica de la Oficina para la Calidad de la UCM, que elabora los cuestionarios y lleva a cabo el tratamiento analítico de la información facilitada en los mismos.

La Comisión de Calidad actúa de oficio o a instancia de parte en relación con las sugerencias y observaciones que sean susceptibles de necesitar su intervención. Cualquier implicado en el desarrollo del título puede dirigirse a la Comisión de Calidad a título individual o colectivo. Los interesados podrán recabar de dicha Comisión asesoramiento para cumplimentar impresos de reclamación o presentar sus propios escritos de queja o reclamación. Todo el proceso del sistema de reclamaciones y quejas está publicado en el SGIC de la Facultad. Asimismo, se encuentra a disposición de los actores implicados un buzón de sugerencias para todas aquellas propuestas que tengan como finalidad la mejora de la calidad de los títulos. Los formularios están disponibles en la página web de la Facultad.

Actualmente para conocer la satisfacción del alumnado, la UCM cuenta con la evaluación de la actividad docente DOCENTIA-UCM, que es obligatorio para el profesorado.

Toda la información sobre el Programa Docentia de la UCM se encuentra disponible en:

<https://www.ucm.es/programadocentia>

LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE se evalúan a partir del análisis de las calificaciones, indicadores y encuestas de satisfacción facilitadas por el Vicerrectorado de Calidad de la Universidad Complutense.

El SGIC implementado incluye procedimientos para la recogida de información y su posterior análisis para la mejora de la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje. Los indicadores de resultados sobre los que hay información son los siguientes: número de plazas de nuevo ingreso ofertadas, número de alumnos de nuevo ingreso matriculados, tasa de cobertura, tasa de rendimiento, tasa de abandono, tasa de graduación, tasa de participación y de evaluación en el Programa de Evaluación Docente, tasa de evaluaciones positivas del profesorado. También se elaboran encuestas anuales sobre la satisfacción con la titulación de alumnos, profesores y personal de administración y servicios (PAS). Estos indicadores de resultados son además recogidos y analizados de forma argumentada en la Memoria anual de Seguimiento.

Se atribuye a la Comisión de Calidad de la Facultad el análisis periódico y la valoración de toda esta información y podrá emitir propuestas de revisión y mejora de los planes de estudio de las titulaciones.

La publicación y difusión de los resultados de la calidad docente de la titulación es fácilmente accesible en la web, que recoge información sobre el Sistema de Garantía de Calidad, currículos del profesorado, Sistema de quejas y reclamaciones, memorias de verificación, memorias anuales de seguimiento, resultado de los informes de acreditación y seguimiento, encuestas de satisfacción, principales indicadores de resultados y por último, información sobre el Registro de Universidades, Centros y Títulos. El análisis de los resultados y conclusiones extraídas de las distintas reuniones de coordinación y de la Comisión de Calidad, y su consiguiente evaluación, ha permitido la realización de propuestas de mejora recogidas en las memorias de seguimiento elaboradas desde la implantación.

Como parte aplicada del SIGC pueden analizarse las Memorias e informes anuales de Seguimiento del título, disponibles en la página web del Máster. Véase <https://www.ucm.es/consumocomercio/informes-de-seguimiento-de-titulos>

El análisis de los resultados y conclusiones extraídas de las distintas reuniones de coordinación y de la Comisión de Calidad, y su consiguiente evaluación, ha permitido la realización de propuestas de mejora recogidas en las memorias de seguimiento elaboradas desde la implantación. Entre las acciones de mejora acometidas podemos destacar las siguientes:

- Una encuesta a egresados del máster promovido por el Máster de Consumo y Comercio.
- Una entrevista al delegado o delegada del curso para profundizar en la satisfacción del título.

Para el curso 2023-24, también, se propone una acción de mejora tanto a nivel de satisfacción como de participación entre los egresados y estudiantes de máster en curso:

- Mejorar las relaciones con las personas egresadas del máster a través de la utilización de diferentes canales como las redes sociales.
- Realización de encuentros entre egresados y estudiantes.
- Realización de un Grupo de Discusión formados por egresados.
- Realización de una memoria de aprovechamiento para estudiantes.

VALORACIÓN GLOBAL DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC):

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: Se considera que el Sistema de Garantía Interno de Calidad del Centro cumple adecuadamente con los objetivos previstos en la Memoria de Verificación del Título. La Comisión del Sistema de Garantía Interno de Calidad dispone de un Reglamento de Funcionamiento aprobado por la Junta del Centro y ha llevado a cabo las funciones que se contemplaban en la Memoria de verificación y, por tanto, se configura como instrumento para recoger información, analizarla, implementar acciones de mejora y realizar su seguimiento. Sin embargo, esa mejora debe de ir acompañada de la participación de los

diferentes grupos de interés y, de ahí, las propuestas de mejora que se realiza desde el máster y que esperamos tenga frutos en breve o, al menos, para la próxima encuesta como ha tenido ya para la ya implementada. Por ello, consideramos que la valoración B es adecuada para este ítem.

La coordinación de la SGIC del centro con la coordinación del máster es importante y se dirige a lugares comunes de calidad.

EVIDENCIAS:

EV02-Mecanismos de coordinación

EV02A-Mecanismos de coordinación-Actas Comisión de Calidad

EV02B-Mecanismos de coordinación-Actas Comisión de Coordinación Título

EV02C-Mecanismos de coordinación-Directrices de coordinación y guías

EV03.1-SIGC-Memorias de seguimiento

EV03.2-Gestión reclamaciones-sugerencias

EV12-Informe resultados DOCENTIA

<https://comercioyturismo.ucm.es/calidad>

<https://comercioyturismo.ucm.es/sistema-de-garantia-interna-de-calidad-sgic>

<https://comercioyturismo.ucm.es/buzon-de-sugerencias-y-quejas>

<https://www.ucm.es/consumocomercio/sistema-de-calidad>

DIMENSIÓN 2. Recursos

Criterio 4. PERSONAL ACADÉMICO

EL PERSONAL ACADÉMICO QUE IMPARTE DOCENCIA ES SUFICIENTE Y ADECUADO, DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL TÍTULO Y EL NÚMERO DE ESTUDIANTES.

4.1. El personal académico del título es suficiente y reúne el nivel de cualificación académica requerido para el título y dispone de la adecuada experiencia y calidad docente e investigadora.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: El personal académico del máster es numéricamente suficiente y adecuado con las características del título y el número de estudiantes. También, cuenta con el nivel de cualificación académico requerido, así como experiencia y calidad docente e investigadoras contrastable.

a) El Máster en 'Consumo y Comercio' comprende 11 asignaturas, de las que siete son de carácter obligatorio y cuatro de libre opción entre las que el alumnado debe escoger dos; todas las asignaturas, así como el Trabajo fin de Máster, tienen reconocidos 6 créditos: la suma de asignaturas cursadas y realización de TFM cubre el total de 60 créditos reconocidos al título.

Durante el año académico 2022-23, un total de 13 profesores impartía 10 de las asignaturas del Plan de Estudios. Entre esos trece profesores, las categorías de contrato se distribuyen de la siguiente manera: un 'Catedrático de Escuela Universitaria', cuatro 'Titular', tres 'Contratado Doctor', cuatro 'Ayudante Doctor', un 'Asociado'; esto se traduce porcentualmente en un 61,53% de personal docente permanente y un 38,47% no permanente. También en que más del 90% del profesorado tiene grado de doctor. La leve bajada de permanentes se debe al proceso de rejuvenecimiento de la plantilla de la UCM de la que hacen acopio los departamentos y la elección de rejuvenecimiento del profesorado para un máster con pretensiones de estar actualizado e incorporar nuevas miradas, pues la media de edad dentro del máster era muy elevada frente a otros másteres análogos. En ese sentido, se refuerza el máster en torno a sus conocimientos y capacidad de innovación al contar con diversidad etaria.

La asignatura optativa de 'Prácticas' es dirigida por un profesor del máster que hace la labor de tutor académico de la asignatura y al que apoyan los tutores de la entidad y el profesorado y PAS asignado a la Oficina de Prácticas de la Facultad.

Véase Tabla 01.A. Estructura Personal Académico.

Todas las asignaturas del título tienen un reconocimiento de 6 créditos, homogénea distribución que responde a la ponderación de contenidos planificada y contrastada cuando se diseñó el Plan de Estudios (en lógica con sus objetivos, en consenso con los Departamentos implicados). Esta dedicación lectiva facilita, por una parte, un adecuado despliegue de contenidos contemplados en los programas docentes de las asignaturas y, por otra parte, una dinámica de interacción y participación activa en clase. La implicación por parte del profesorado también se facilita cuando existe una continuidad en la asunción de responsabilidad docente en el Máster y, aunque la asignación docente -también para los cursos Máster- corresponde a los Departamentos implicados, el Equipo Docente cuenta con bastante estabilidad.

Un indicador de la fuerte implicación del profesorado en su participación en el Máster es la fluida comunicación mantenida tanto con la coordinación del mismo como con el resto de compañeros del Equipo docente. En las periódicas reuniones de docentes dos son los asuntos tratados de forma hegemónica: el grupo de estudiantes, sus características, peculiaridades, necesidades y demandas, y la propia docencia, especificidades y complementos, programas e intercambios, lógica 'dialógica' buscada en el Plan de Estudios y sus posibilidades de ejecución (como ejemplo, cuando existen referentes compartidos en distintas asignaturas:

búsqueda de convergencias y complementos, debate sobre formas óptimas de abordaje, propuestas sobre posibles ampliaciones o modificación y adecuación-actualización). El rejuvenecimiento de la plantilla ha aportado un mayor acercamiento al alumnado y la introducción de nuevas dinámicas de aprendizaje más horizontales. Además, como se ha dicho anteriormente la interacción entre profesorado con gran experiencia en la docencia produce un mayor dinamismo y enriquecimiento de los espacios de confluencia del profesorado como pueden ser las Comisiones de Seguimiento o los Tribunales de Trabajo Fin de Máster. Desde la notificación de aprobación del Máster, en mayo de 2015, la Comisión del máster mantiene reuniones periódicas para tener un seguimiento próximo de la marcha del Curso. En ellas se abordan desde asuntos relativos al proceso de matrícula (facilitación de protocolos al alumnado y atención de posibles incidencias) hasta relaciones institucionales implicadas en la marcha del curso (con el propio Rectorado, con Instituciones públicas y privadas y Organizaciones intervinientes en consumo y comercio).

En el periodo en evaluación, la responsabilidad de coordinación de los trabajos Fin de Máster como asignatura ha sido realizada por la Coordinadora del Máster y la tutorización de cada Trabajo fin de Máster (TFM) ha sido asumida por los miembros del propio equipo docente, atendiendo por una parte a la demanda formulada por los estudiantes, por otra parte buscando su adecuación con las líneas docentes e investigadoras de profesores implicados. Una de las cuestiones que no se descarta es la posibilidad de contar para esta tarea con la participación (puntual) de profesionales externos al curso, incluso a la propia Universidad, cuando esta opción resultase adecuada y conveniente para una óptima realización de TFM. En el curso 2022-23 uno de los TFM ha sido co-tutorizado entre la coordinadora del máster y una profesora del departamento de Derecho Civil que no forma parte del máster. También se ha contado con un experto en estrategia de marcas y comunicación para formar parte del Tribunal de TFM de junio acorde con los TFM presentados en ese tribunal.

b) La experiencia profesional, docente e investigadora del personal académico es adecuada al nivel académico, la naturaleza y competencias definidas para el máster, incluidas las prácticas externas.

El nivel de cualificación académica y práctica investigadora y profesional del Equipo Docente es adecuado a los contenidos y objetivos del curso. Esta consideración se realiza a pesar de que no es la propia organización del máster, sino los distintos Departamentos implicados, los que deciden en concreto el profesor/a que asume la docencia en el mismo, en función de su distribución docente anual. Pero es precisamente esta lectura estructural, de lógica organizativa en la implicación de responsabilidad docente, lo que en buena medida (no única) explica la valoración: los Departamentos implicados en la docencia son aquellos que, en su día, participaron de forma activa en la propuesta y/o diseño de Plan de Estudios y/o aval posterior de sus potenciales -y comprobadas- aportaciones al Máster en 'Consumo y Comercio' (proceso dialógico y de negociación que acompaña todo el protocolo desde la propuesta a la aprobación de un curso de estas características); estos Departamentos cuentan, pues, con un personal docente adecuado para la impartición de las asignaturas a ellos asignadas y cabe esperar (aunque en esto no tiene potestad directa la organización del Máster, utiliza los mecanismos a su alcance) una óptima adecuación entre asignación docente desde el Departamento y Materias-asignaturas a asumir por el profesorado (es por otra parte exigencia lógica establecida por la normativa de asignación UCM).

Los Departamentos implicados en la docencia resultan específicamente adecuados a su participación en las diversas Materias-asignaturas del Máster en 'Consumo y Comercio' (fruto del periodo de consolidación); el perfil (docente, investigador, profesional) del profesorado participante resulta especialmente satisfactorio.

Véase: EV07-Listado profesores Innova; EV12-Informe resultados DOCENTIA; EV16-Listado de profesorado del título (departamento, categoría y dedicación).

Por último, y ante la disminución del profesorado asociado del máster y para garantizar la actualidad y profesionalización del máster se cuenta con profesionales en la materia

También, con profesorado especializado UCM, nacional (UBA) y extranjero (Universidad de Lille, Francia).

Además, al formar parte la Comisión del máster en el Comité de investigación del Sociología del Consumo, los y las estudiantes del máster han podido compartir las mesas del Inter-Congresual con profesionales y académicos nacionales e internacionales de ámbito de las Sociología del Consumo y la Investigación de mercados. Es importante resaltar que dos estudiantes han participado con comunicaciones en dicha inter-congresual de investigación.

c) Experiencia en docencia híbrida o virtual del personal académico, cuando sea necesaria

El Máster en 'Consumo y Comercio' se imparte únicamente en modalidad presencial. No obstante, tras la crisis pandémica se establecieron unos protocolos, adquisición de tecnología y formación para el profesorado que ha repercutido en la docencia, facilitando el acceso a ella en su trabajo diario en casos excepcionales (enfermedad alumnado, retraso en la llegada a Madrid, etc.) que permite que el estudiante pueda comenzar o seguir con su dinámica académica.

d) El perfil y número de profesores que tutorizan y dirigen los TFM corresponde con las necesidades y competencias a adquirir por el alumnado del máster.

Dentro del profesorado del máster se encuentran expertos de Derecho Civil, Metodología de Investigación Social y estadística, Sociología Aplicada, Antropología Social, Psicología Social, historia Económica y Marketing. Parte de este profesorado ha tenido y tiene experiencia profesional en empresas en la materia que hoy imparten.

EV16-Listado de profesorado del título (departamento, categoría y dedicación), EV09-Indicadores Satisfacción (donde se puede

ver la satisfacción de los diferentes grupos de interés con el personal académico) .

4.2. En su caso, la universidad ha hecho efectivos los compromisos adquiridos en los diferentes procesos de evaluación del título respecto a la contratación y mejora de la cualificación docente e investigadora del profesorado y está realizando actuaciones dirigidas a dar cumplimiento a los requisitos previstos en la normativa vigente en relación con el personal docente e investigador.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: En relación a los cambios en la estructura del personal académico en el periodo considerado, la implicación institucional y actuaciones dirigidas a cumplir con el porcentaje de doctores en el plazo previsto en el R.D. 640/2021, así como las acciones de formación docente en los métodos de enseñanza y el uso de nuevas tecnologías, como se ha evidenciado en el apartado anterior, es constatable. Se ha aumentado el número de doctores cambiando el perfil de profesor Asociado a Ayudante doctor por los procesos de promoción de la UCM y se ha ampliado la oferta de formación del PDI tanto por parte de la Universidad como por parte de la Facultad de Comercio y Turismo, que ha realizado cursos de Atlas-Ti y SPSS, por ejemplo, para el profesorado y personal investigador en formación.

Véase: EV16-Listado de profesorado del título (departamento, categoría y dedicación).

También, véase:

<https://www.ucm.es/pdi-1>

<https://www.ucm.es/plan-actuaciones-profesorado-2020-23>

<https://cfp.ucm.es/formacionprofesorado/>

<https://comercioyturismo.ucm.es/recursos-para-docentes-innovacion-y-cursos-profesorado>

En las memorias de verificación y en los informes de seguimiento no se incluyen recomendaciones relativas al profesorado, pero como se apuntaba en anterior apartado existe claro interés en contar con un Equipo de máxima calidad y adecuación al curso y un intento de mantenimiento (continuidad) de profesorado implicado (intento de evitar excesiva movilidad).

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 4. PERSONAL ACADÉMICO:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: El personal académico del título es suficiente y reúne el nivel de cualificación académica requerido para el título y dispone de la adecuada experiencia y calidad docente e investigadora. Se considera un valor a destacar del Máster el perfil interdisciplinar del equipo de profesores, rasgo a considerar dado lo abarcador de contenidos del Plan de Estudios (tanto 'consumo' como 'comercio' convocan una pluralidad de asuntos, perspectivas, abordajes y análisis). El equipo docente también está compuesto por profesionales que conocen -por trayectoria, por participación actual- el trabajo de investigación empírica.

EVIDENCIAS

EV07-Listado profesores Innova

EV10.1C-Listado de tutores académicos

EV12-Informe resultados DOCENTIA

EV16-Listado de profesorado del título (departamento, categoría y dedicación)

<https://www.ucm.es/pdi-1>

<https://www.ucm.es/plan-actuaciones-profesorado-2020-23>

<https://cfp.ucm.es/formacionprofesorado/>

<https://comercioyturismo.ucm.es/recursos-para-docentes-innovacion-y-cursos-profesorado>

Criterio 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

EL PERSONAL DE APOYO, LOS RECURSOS MATERIALES Y LOS SERVICIOS PUESTOS A DISPOSICIÓN DEL DESARROLLO DEL TÍTULO SON LOS ADECUADOS EN FUNCIÓN DE LA NATURALEZA, MODALIDAD DEL TÍTULO, NÚMERO DE ESTUDIANTES MATRICULADOS Y COMPETENCIAS A ADQUIRIR POR LOS MISMOS.

5.1. El personal de apoyo que participa en las actividades formativas es suficiente y los servicios de orientación académica y profesional soportan adecuadamente el proceso de aprendizaje y facilitan la incorporación al mercado laboral.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: Los recursos de aprendizaje y apoyo a los y las estudiantes son óptimos ya que implica no sólo el apoyo al título sino, también, el apoyo cultural, emocional e identitario tan importante para los y las estudiantes como parte de la ciudadanía y profesionales en formación. El apoyo a la formación, la salud y la sostenibilidad en cada una de sus ramas es

importante para el desarrollo de los estudiantes en una Universidad Pública de calidad.

a. La suficiencia y adecuación del personal de apoyo disponible implicado en el máster, así como su capacidad para colaborar en las tareas de soporte a la docencia es adecuado a las necesidades del máster al formar parte de una Universidad consolidada e innovadora y pertenecer a una Facultad con ganas de implementar y mejorar sus procesos.

El máster cuenta con el personal de apoyo que presta sus servicios en la Facultad de Comercio y Turismo, ya que en la Memoria Verifica no está prevista la adscripción de personal de apoyo específico. La titulación hace uso de las estructuras y personal administrativo de la Facultad de Comercio y Turismo que están sometidas a todos los mecanismos de control, revisión y mejora del SGIC.

Los Servicios Generales de la facultad se dividen en tres ramas: Gestión Administrativa; Servicios centrales de apoyo a la docencia y otros servicios. La Gestión Administrativa a su vez está formada por el personal de Gestión Administrativa; Asuntos Económicos; Coordinación y Apoyo a la Gerencia; Gerencia de Comercio y Turismo; Oficina Erasmus; Personal; Secretaría Académica; Secretaría de Alumnos y la Unidad de Gestión Académica e Investigación. En relación a los Servicios centrales de apoyo a la docencia encontramos al personal y las áreas de Aula de Informática; Biblioteca; Conserjería; Medios audiovisuales y Oficina de Prácticas Externas. Por último, la facultad cuenta con Cafetería (actualmente en reforma) y Gimnasio (en reforma). En relación con la formación y perfeccionamiento del personal de administración y servicios (tanto funcionario como laboral), la Gerencia de la UCM, a través de la Unidad de Formación, oferta cada año una serie de actividades formativas agrupadas en varias áreas (alumnos, personal, área económica, gestión académica, prevención de riesgos laborales y técnicas de dirección y gestión). Se puede acceder al Plan de Formación para el PAS. Véase https://www.ucm.es/file/plan-de-formacion-2023_2026-1?ver La satisfacción con el PAS según los diferentes grupos de interés es alta, destacando la del PDI que al ítem 'Atención prestada por el PAS' le otorga un 8,5.

b) El alcance y efectividad de las acciones y programas destinados al apoyo y orientación académica y profesional de los estudiantes (acogida, cursos cero, acción tutorial, prácticas extracurriculares, foros de empleo...)

El Máster organiza una serie de actividades dedicadas a complementar los conocimientos regulados y mejorar la adquisición de competencias no sólo dentro del aula sino, también, para toda la facultad. En el año en evaluación, se traduce en la realización de la Intercongresual del Comité de Investigación de Sociología del Consumo que se emplazaría a finales del mes de octubre de 2023, pero que se cocinó en el curso 2022-23, el premio Jóvenes Sociólogos/as con una comunicación sobre la violencia sexual en las profesionales del sexo y el Turismo y consumo de Galicia a través de su música.

Véase: <https://comercioyturismo.ucm.es/file/memoria-de-actividades-del-curso-22-23>

La Facultad de Comercio y Turismo también desarrolla acciones y programas de apoyo que responden a las necesidades formativas de sus estudiantes y están orientados a mejorar su adquisición de competencias.

Véase <https://comercioyturismo.ucm.es/file/memoria-de-actividades-del-curso-22-23>

La Biblioteca de la Facultad realiza sesiones de formación dirigidas a profesores y alumnado sobre la existencia y utilización de los recursos disponibles. Asimismo, la coordinadora del Campus Virtual de la Facultad imparte cursos de formación para profesorado y da apoyo a profesores y estudiantes en la utilización del Campus Virtual, con especial atención a los estudiantes de nuevo ingreso.

Algunos profesores que imparten su docencia en el Máster participan en proyectos de innovación educativa auspiciados por el Rectorado de la UCM; son proyectos orientados a la mejora de la docencia y la propuesta de estrategias y metodologías docentes que favorecen el aprendizaje y la adquisición de competencias por los estudiantes.

Véase EV07-Listado profesores Innova.

El compromiso de la Facultad con las actividades dirigidas a satisfacer las necesidades formativas de los estudiantes queda patente en la figura del Vicedecanato de Estudiantes y Extensión Universitaria, que ejerce las funciones de coordinador de actividades complementarias; junto a las iniciativas de otros profesores, ha impulsado la realización de un elevado número de actividades (jornadas, talleres, conferencias, seminarios) dirigidos a -y con frecuencia coparticipados por- estudiantes y profesores.

Además de las actividades docentes, existe un programa de Mentorías Véase:

<http://comercioyturismo.ucm.es/programa-mentorias>.

c) El alcance y efectividad de las acciones y programas destinados al apoyo y orientación académica y profesional de los estudiantes (acogida, cursos cero, acción tutorial, prácticas extracurriculares, foros de empleo...)

Durante el año académico 2022-23 se han celebrado jornadas de empleabilidad, un acto de acogida a los y las estudiantes de grado a principio de curso, se sigue con el programa de mentoría. Para ampliar información ver: <https://comercioyturismo.ucm.es/> y <https://comercioyturismo.ucm.es/file/memoria-de-actividades-del-curso-22-23>

Además de las acciones y programas propios del título, los estudiantes tienen a su disposición la Oficina de Prácticas y Empleo (OPE) de la UCM. Esta oficina, que depende del Vicerrectorado de Estudiantes, gestiona una bolsa de trabajo para titulados en la UCM y un servicio de orientación y formación para el empleo. La información sobre la OPE puede consultarse en el siguiente enlace: <https://www.ucm.es/ope>

d, e y f) Programas o acciones de movilidad ofertadas y adecuación y alcance las mismas no aplican al máster; la información sobre los recursos disponibles en todos los centros o sedes que participan en la impartición del título y la satisfacción de los diferentes grupos de interés involucrados en el título con el personal de apoyo y los servicios ofrecidos es importante. Al tratarse de un Máster de 60 créditos a realizar en un único curso académico, los estudiantes no han hecho uso de los programas y acciones de movilidad. No obstante, la Facultad de Comercio y Turismo tiene una intensa actividad de movilidad, la cual se gestiona por su Oficina de Movilidad Internacional.

Todas las convocatorias y procedimientos pueden encontrarse en la web de la Oficina de Relaciones Internacionales de la UCM: <http://www.ucm.es/movilidad-mobility> y en la de la Facultad de Comercio y Turismo:

<http://comercioyturismo.ucm.es/relaciones-internacionales>.

Los dos centros cuentan con amplios recursos para la impartición del máster y cuenta con la satisfacción del alumnado, profesorado y PAS. Véase: EV09-Indicadores satisfacción

5.2. Los recursos materiales se adecuan al número de estudiantes y a las actividades formativas programadas en el título en todos los centros o sedes que participan en la impartición del título.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: A y b) Adecuación del equipamiento de los recursos materiales e infraestructuras al tamaño medio y características del grupo, a las necesidades de organización docente del título y a las actividades formativas programadas. Así como, recursos y equipamientos propios para la docencia. Véase EV08.1-Infraestructuras

Las clases presenciales del Máster se desarrollan en el aula 36 del edificio de la Facultad de Comercio y Turismo (situada en la Avenida de Filipinas, número 3, de Madrid). La localización de esta Facultad, en el centro de Madrid, supone gran facilidad de acceso: se ubica cerca de estación de metro y numerosas líneas de autobuses. Por su parte, el aula cuenta con soportes informáticos para la docencia (acceso a internet, cañón, pizarra interactiva), también tiene mobiliario (mesas, sillas) adaptable a diversas dinámicas y actividades y amplia entrada de luz natural.

Además, la Facultad de Comercio y Turismo cuenta con salas para docencia equipadas con cañón video-proyector y audio (17), dos de las cuales disponen además de pizarra interactiva. Las aulas de informática (5) tienen capacidad total para 176 estudiantes. En todo el edificio se puede acceder a la red wifi de la UCM.

Los alumnos tienen acceso a todos los equipamientos del Centro:

- Aulas de ordenadores para uso libre de los estudiantes
- Un salón de actos con capacidad para 300 personas
- La sala Germán Bernácer, con capacidad para 32 personas, en la que suele celebrarse la presentación y defensa de TFM
- La sala de lectura de la biblioteca con capacidad para 125 estudiantes
- Seminarios de Secciones Departamentales o Asignaturas en los que se desarrollan las tutorías, revisiones de exámenes, etc.
- Salas para la Delegación y Representantes de los Estudiantes
- Un gimnasio multiusos (en reforma)
- Cafetería-comedor propios (en reforma)
- Jardín exterior.

La Biblioteca de la Facultad cuenta con una superficie de 300 m², 125 puestos de lectura, 10 puntos de consulta y un importante fondo de libros y revistas en diferentes soportes. La formación especializada del personal de la Biblioteca permite proporcionar a los estudiantes información, formación y orientación adecuadas para el eficaz aprovechamiento de los recursos disponibles. Los estudiantes tienen acceso a todas las bibliotecas de la Universidad Complutense y a todos sus fondos bibliográficos a través de la página web de la Biblioteca de la Universidad: <http://biblioteca.ucm.es>

El equipamiento de los recursos materiales e infraestructuras se adecuan al tamaño medio y características del grupo, a las necesidades de organización docente del título y a las actividades formativas programadas.

La Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense de Madrid ha creado una Preincubadora de Empresas. Se trata de un conjunto de servicios para el fomento y acompañamiento del emprendimiento universitario para los estudiantes de la Facultad, integrado en la Red de Preincubadoras Inter-Centros (RPIC-UCM), promovida a través de la Oficina Complutense del Emprendedor (Compluemprende) y el plan del Vicerrectorado de Transferencia de Conocimiento y Emprendimiento para ofrecer a la comunidad universitaria los recursos necesarios para emprender.

c) Inexistencia de barreras arquitectónicas y adecuación de las infraestructuras.

La Facultad cumple el requisito de adecuación y accesibilidad arquitectónica. Esto ha supuesto un esfuerzo adaptativo: en el parking de la Facultad se han instalado rampas de acceso y se puede acceder a todo el edificio a través del ascensor.

La Facultad de Comercio y Turismo cuenta con un Coordinador para Personas con Diversidad, en contacto permanente con la Oficina para la Inclusión de Personas con Diversidad (OIPD) de la UCM, Organismo dedicado a proporcionar atención personalizada a todos los miembros de la Comunidad Universitaria con diversidad funcional/discapacidad y/o requerimiento de apoyo para su actividad en el Centro: <https://www.ucm.es/oipd>. Para la facultad de CCPP y Sociología: <https://www.ucm.es/oipd>

Los recursos disponibles para la impartición del máster en la Facultad de Comercio y Turismo se pueden ver en su web: <https://comercioyturismo.ucm.es/>. Igual que los de la Facultad de Ciencias Políticas de Sociología:

<https://politicasysociologia.ucm.es/>. Hay que decir que las dos facultades están haciendo acciones importantes por eliminar las barreras a las diferentes diversidades funcionales o discapacidades. Acciones satisfactorias como muestra las encuestas de satisfacción de la facultad de Comercio y Turismo como centro que imparte la docencia.

5.3. En su caso, los títulos impartidos con modalidad a distancia/semipresencial disponen de las infraestructuras tecnológicas y materiales didácticos asociados a ellas que permiten el desarrollo de las actividades formativas y adquirir las competencias del título.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: Justificación de la valoración:

El Máster se imparte únicamente en la modalidad presencial.

Es necesario mencionar que tras la crisis pandémica la actualización tecnológica y formación en tecnologías para todos colectivos hizo que se pudiera impartir clases en muy breve periodo de tiempo y que esa tecnología y formación mejoradas, hoy, siguen implementándose, pudiéndose volver a utilizar en caso necesario.

5.4. En su caso, la universidad ha hecho efectivos los compromisos adquiridos en los diferentes procesos de evaluación del título relativos al personal de apoyo que participa en las actividades formativas, a los recursos materiales, servicios de apoyo del título e instalaciones.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: a. Cambios en la tipología y número de recursos materiales y servicios

Ni en la memoria de verificación ni en los informes de seguimiento se hicieron recomendaciones relativas al cambio en la tipología y número de los recursos materiales y servicios. No obstante, se puede destacar el Campus Virtual como un servicio utilizado por la práctica totalidad de la comunidad educativa UCM (fuerte instauración en todas las asignaturas como herramienta de interacción dinámica entre estudiantes y profesores).

El Campus Virtual UCM ofrece a los profesores la posibilidad de virtualizar sus asignaturas cada curso académico; es un conjunto de espacios y herramientas online que sirven de apoyo al proceso de enseñanza-aprendizaje y a la gestión docente. La plataforma que da soporte actualmente al CV-UCM es Moodle. El portal de acceso al servicio se halla disponible en la web de la UCM en <https://www.ucm.es/campusvirtual>

La organización y desarrollo del Campus Virtual corresponde al Vicerrectorado de Tecnologías de la Información, del que depende la Oficina del Campus Virtual (OCV), órgano encargado de fomentar y facilitar la utilización de las TIC en la docencia e investigación de la UCM en el contexto del Espacio Europeo de Educación Superior. Como el resto de Facultades de la UCM, la Facultad de Comercio y Turismo cuenta con una coordinadora de Campus Virtual que ofrece apoyo a profesores y alumnos para la correcta utilización de esta herramienta, participa en la Junta de Coordinadores del Campus Virtual y organiza cursos de formación de distintos niveles para profesores de la facultad, entre otras funciones.

En el ámbito de los servicios online de la UCM las oficinas PARATI y SITIO resuelven incidencias técnicas relacionadas con el Campus Virtual y los servicios informáticos; puede accederse a estos servicios través del siguiente enlace:

<https://ssii.ucm.es/servicios-2>. Y ayuda específica en: <https://www.ucm.es/campusvirtual/ayuda>

b) Cambios en la estructura del personal de apoyo

Ni en la memoria de verificación ni en los informes de seguimiento anual se hicieron recomendaciones sobre cambios en la estructura del personal de apoyo.

En cuanto a las convocatorias vigentes y promociones del PAS puede verse en: <https://www.ucm.es/convocatorias-vigentes-pas>
Además, hay que constatar que a diferencia del PDI, el PAS tiene una Unidad de Relación de Puestos de Trabajo (RPT). La Unidad de RPT'S se gestiona tanto la estructura organizativa administrativa, así como la cobertura de las necesidades en sus diferentes modalidades de contratación (jubilaciones parciales, vacantes, enfermedades...). Se llevan a cabo las modificaciones de RPT, reingreso de excedentes... Véase: <https://www.ucm.es/servicio-de-gestion-pas-1>

c) Implicación institucional y las actuaciones dirigidas a cumplir con los requisitos de infraestructuras y medios materiales en el artículo 8 y en el Anexo II, III y IV del RD 640/2021.

La docencia se imparte en el aula 11 que cuenta con un total de 40 puestos de estudiantes para 26 estudiantes (35 en su máxima convocatoria), por lo que se cumple holgadamente el espacio de aula por estudiante establecido en el RD 640/2021. Una o dos veces por curso académico se utiliza el Laboratorio de Estudios Cualitativos de la Facultad de CCPP y Sociología que cuenta, también, con todas los requisitos.

Se disponen de dos aulas con flexibilidad espacial y de mobiliario con capacidad para acoger el volumen de estudiantes del máster (aula 22 y Germán Bernácer) para encuentros, jornadas, etc. Respecto a los despachos del profesorado, todos están dotados de equipos informáticos y de comunicaciones que son revisados y actualizados periódicamente para su adecuado funcionamiento. Adicionalmente se realizó una campaña por parte del centro para la dotación de material informático portátil al profesorado del centro. El edificio actualmente es accesible tal como se ha indicado en el punto 5.2.b.

En lo referente a los requisitos de carácter tecnológico, informático y audiovisual, se dispone de conexión red wifi en todo el

centro con capacidad y velocidad acorde con el volumen de estudiantado, profesorado y personal de administración y servicios. Los equipos informáticos de aulas, espacios para PDI y PAS están conectados directamente a la red de internet por cable. Se cuenta con un campus virtual integrado por dos subsistemas Mi Campus (desarrollado por los servicios de informática de la UCM) y Moodle (Sistema de Gestión de Cursos de Código Abierto). Se dispone de web institucional de la UCM, del centro y del título, que son revisadas y actualizadas periódicamente. Respecto a la intranet, existe por una parte restricción de acceso a determinadas secciones de la página institucional UCM, a cuya información únicamente se puede acceder previa identificación con credenciales UCM y su disponibilidad puede estar discriminada en función del colectivo al que pertenece el usuario. Por otra parte, existen diversos sistemas informáticos también de acceso restringido según el nivel de acceso autorizado a cada usuario, como son el portal de gestión académica (GEA), el portal de gestión de prácticas externas (GIPE), el portal del investigador, el portal de servicio del empleado, etc. En cuanto a la dotación de equipamiento audiovisual, informático, de red de internet y aulas de informática. Se dispone de cuatro aulas de informática completamente equipadas y de un laboratorio de idiomas. El centro cuenta con servicio de biblioteca y documentación específicamente destinado a dar soporte a las titulaciones e investigaciones de la facultad. Adicionalmente se cuenta con los servicios de la red de bibliotecas de la UCM y de acceso a documentación a través de los distintos convenios suscritos. No se ha previsto dotación de laboratorios y de servicios científico-técnicos.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: El Máster en 'Consumo y Comercio' se apoya, en primer lugar, en el personal y las estructuras administrativas de la Facultad de Comercio y Turismo, donde se imparte el curso, pero también de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, corresponsable del título. Existe un amplio abanico de acciones de apoyo, desarrolladas en tres niveles: coordinación del Máster, Facultad y Universidad, que buscan responder a las necesidades formativas de los estudiantes y se orientan a mejorar la adquisición de competencias, también a brindarles orientación profesional. Los recursos materiales e infraestructuras resultan muy adecuados; a destacar la ausencia de barreras arquitectónicas, el servicio de biblioteca o la potencialidad de prestaciones del Campus Virtual UCM (CV-UCM).

EVIDENCIAS:

EV08.1-Infraestructuras

EV09-Indicadores satisfacción

EV10.1-Informe prácticas externas

Véase enlaces a la Facultad de Comercio y Consumo, Facultad de CCPP y Sociología, así como específicos de la UCM en el texto de cada punto.

DIMENSIÓN 3. Resultados

Criterio 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE ALCANZADOS POR LOS TITULADOS SON COHERENTES CON EL PERFIL DE EGRESO Y SE CORRESPONDEN CON EL NIVEL DEL MECES (MARCO ESPAÑOL DE CUALIFICACIONES PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR) DEL TÍTULO.

6.1. Las actividades formativas, sus metodologías docentes y los sistemas de evaluación empleados han permitido la adquisición de los resultados de aprendizaje previstos por parte de los estudiantes y corresponden al nivel de la titulación especificados en el MECES.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: a) Las metodologías docentes y los sistemas de evaluación contribuyen al aprendizaje para su egreso. El "Impreso solicitud para verificación de Títulos Oficiales" exigido para la valoración, y en su caso aprobación, de la propuesta del Máster ya incluía los apartados dedicados a Metodologías docentes y a Sistemas de evaluación para cada uno de los Módulos y Materias que contempla el Plan de Estudios del Máster. Lo previsto y aprobado en aquel documento necesariamente ha de ser guía para las diversas asignaturas del título. Las Guías Docentes de cada asignatura contienen, entre otros apartados informativos, indicaciones de sus respectivas métodos docentes y sistemas de evaluación que tienen como referencia lo previsto en el documento 'Verifica'. Véase: <https://www.ucm.es/consumocomercio/planificacion-de-los-estudios> Esto significa que las asignaturas de una misma Materia del Plan de Estudios comparten un mismo marco metodológico y evaluativo, que se ajusta al marco general previsto en la Memoria verificada. Las actividades presenciales contemplan clases magistrales y sesiones prácticas; se pretende en ambos formatos la participación activa y la implicación del alumnado. Se parte del convencimiento de la necesidad y complementariedad de 'teoría' y 'práctica' (praxis) tanto en el plano formativo como en la aplicación pragmática. Los matices que diferencian los sistemas de evaluación tratan de responder a la diversidad propia de las distintas Materias contempladas en el Plan de estudios (Modelos y teorías de regulación en Consumo y Comercio, Metodologías

de investigación e intervención en consumo y comercio, Contexto comercial y comportamientos de los consumidores en la sociedad actual). En ellos se combinan pruebas orales y escritas o presentación de trabajos en clase, con elementos propios de la evaluación continua como la participación activa, el análisis de casos prácticos o trabajos finales de asignatura.

Atendiendo al Informe de renovación de la acreditación que calificaba este criterio como B la Universidad, la facultad y, específicamente, el máster ha realizado acciones para incrementar el componente práctico del proceso enseñanza-aprendizaje invitando a profesionales y empresas a sus aulas, así como ampliando el trabajo con casos práctico reales, etc.

Además, se aplican los criterios establecidos en el perfil de ingreso para asegurar que todos los alumnos y alumnas tienen el nivel de español adecuado de manera que no distorsionen la adquisición de los resultados de aprendizaje.

ICM-1 Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas: 40

ICM-2 Matrícula de nuevo ingreso en primer curso: mujeres 10 y hombres 16, total: 26.

ICM-3 Porcentaje de cobertura: ICM-1: 40 Y ICM-2: 16= IMC-3= 65%

b) Los resultados del aprendizaje para el curso 2022-23 según datos extraídos a 1 de noviembre de 2023 del Sistema Integrado de Datos Institucionales (SIDI) para el máster:

ICM-4 Tasa de rendimiento: 96,62%. No existen diferencias significativas por sexo.

ICM-5 Tasa de abandono: 0%

ICM-7 Tasa de eficiencia de los egresados: 97,96%. En los hombres el 100% y el 97,14% en las mujeres.

ICM-8 Tasa de graduación: 85,71%. Hombre el 87,50% y mujeres 84,62%.

ICMRA-2 Resultados en las asignaturas. Véase Tabla 02

b. Los Trabajos Fin de Máster se adecuan al máster y a la normativa. El Trabajo Fin de Máster es una tarea en estrecho vínculo con contenidos desplegados en la trayectoria formativa, aunque el asunto tratado es de libre opción (con ese obvio límite) por parte del alumnado, y representa el momento de culminación, de cierre, de este ciclo formativo. Para realizar esta tarea, el alumnado cuenta con la orientación y el asesoramiento de la figura del 'tutor/a', miembro del Equipo docente. Los alumnos y alumnas deben presentar, antes de las vacaciones navideñas, su solicitud de área de trabajo y/o tema de estudio, y también pueden apuntar preferencias para la figura de tutor/a (en las Directrices para realización de TFM hay un Anexo para que presenten esta propuesta). Al profesorado se pide que faciliten 'líneas de trabajo' y propuestas de asuntos a tratar como Trabajo Fin de Máster. La comisión de coordinación asume la propuesta de asignación de tutores, considerando tanto la información procedente de estudiantes y profesorado como la carga docente de éste y su diversa implicación en el curso; procura asimismo una distribución coherente y atenta a los diversos condicionantes apuntados por los miembros del propio equipo docente. Al inicio de curso se presenta al alumnado, en sesión convocada con este fin, características y protocolos tanto del Trabajo Fin de Máster como de las Prácticas externas.

EL Máster en 'Consumo y Comercio' tiene su propio documento de Directrices para la elaboración-presentación de TFM. Este texto orientativo contiene desde la 'definición, alcance y características' del Trabajo a realizar hasta información acerca de aspectos formales y de contenido e instrucciones tipográficas y de redacción, también sobre los actos de presentación y defensa y de calificación y de su posible revisión y/o reclamación. Cada año se revisa y actualiza al menos el apartado referente a fechas de entrega y presentación-defensa de TFM en las distintas convocatorias del año académico.

El estudiante debe presentar y defender su TFM ante Tribunal calificador, para lo que debe solicitar informe favorable de su tutor (también hay Anexo específico para este acto en el documento Directrices). El profesor tutor de un TFM no podrá formar parte del Tribunal que juzgue el mismo, aunque debe entregar al tribunal (tras la defensa) su propia valoración justificada del trabajo, que tendrá un peso del 25% en la calificación final del mismo.

ICMRA-2 Resultados en las asignaturas: sólo TFM. SIDI UCM. Véase Tabla 02

Véase: <https://www.ucm.es/consumocomercio/trabajo-de-fin-de-master> y <https://www.ucm.es/trabajo-fin-de-master> , así como Tabla 02.

c y d) Se realizaron dos documentos de rúbrica para el TFM: uno para el tutor/a y otro para el tribunal dado que la evaluación final del Tribunal contempla en su evaluación final la nota dada por el tutor/a en un porcentaje del 25% y la dada por el Tribunal de forma colegiada en un 75%.

En relación al tribunal, véase punto anterior.

Véase:

EV04.2.1-Listado de TFM

EV04.2.2-Actas Tribunales TFM

EV04.2.3-Rubricas evaluación TFM

El resto de indicadores de la guía no aplica.

6.2. La evolución de los principales datos e indicadores del título es adecuada con las previsiones del título y coherente con las características de los estudiantes de nuevo ingreso.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: a) La relación entre el perfil de ingreso definido en la memoria de verificación y el perfil real de estudiante de nuevo ingreso que accede al máster se adecua perfectamente.

La coincidencia entre el perfil de ingreso definido y el perfil real de los y las estudiantes de nuevo ingreso resulta coherente con el sistema de selección del alumnado. Se admiten alumnos y alumnas que cumplan con los criterios establecidos: en el proceso de selección se valoran las titulaciones de acceso, los expedientes académicos currículum vitae y cualquier otra documentación complementaria aportada por los solicitantes. Todas las personas que reúnen requisitos lingüísticos fueron convocadas para realizar entrevistas personales con el objetivo de ver dicha capacidad. La Comisión de Coordinación está implicada, y participa, en la valoración y la selección de solicitudes para el curso; en este proceso de valoración y selección, se realiza la entrevista individualizada a cada candidato extranjero no hispanoparlante que cumple requisitos (cuando él o la candidata no puede acudir, las entrevistas se realizan por vía electrónica: imagen y voz en tiempo real).

De acuerdo con la memoria verificada, la formación preferente de procedencia para el título son los siguientes: Grado en Comercio, Grado en Turismo, Grado/Licenciatura en Sociología, Grado/Licenciatura en Derecho, Grado/Licenciatura en Economía, Grado/Licenciatura en Dirección y Administración de Empresas u otros Grados/Licenciaturas en Ciencias Sociales y Jurídicas, siempre que los alumnos acrediten vinculación con la titulación (ya sea formación específica o experiencia profesional).

Para ver la adecuación y coherencia de la evolución de las tasas de cobertura, graduación, rendimiento, abandono, eficiencia y éxito al ámbito temático del máster ver apartado 6.1.b.

EV11-Aplicación de criterios de admisión (dos cursos)

b) Las actuaciones llevadas a cabo por los responsables del título para la mejora de las principales tasas e indicadores (asignación del profesorado TFM, actividades de acompañamiento y apoyo, servicios de orientación, etc.)

Como se aprecia los datos del máster, en el apartado anterior, son muy positivos en aceptación y demanda: la tasa de rendimiento es del 96,62%, la tasa de eficiencia de los egresados del 97,96% y la tasa de graduación es del 85,71%. El TFM es la asignatura que suele ser aplazada, posiblemente por el origen del estudiante y la dilatación de los estudios para estar más tiempo en nuestro país. De ahí, que al comparar las tasas esa desviación entre graduaciones y eficacia siga corrigiéndose. Por último, cabe destacar la alta tasa de estabilización del profesorado del máster como rasgo positivo.

El Máster en 'Consumo y Comercio', como se ha dicho anteriormente en apartado de criterios de coordinación, cuenta en este curso académico 2022-23 con una coordinadora con habilidades muy importantes en torno a la empatía, cuidado, sensible a la diversidad funcional y a un alumnado que por su origen en ocasiones se encuentra muy lejos de su familia.

En ese sentido, la coordinación académica del máster en relación al primer y fundamental trabajo autónomo con entidad que va a realizar el alumnado, revisa las preferencias y propuestas del alumnado y sugiere, si es necesario un cambio de tutor/a. También, atiende al profesorado intentando no asignarles un excesivo número de TFM para equilibrar la carga de trabajo, derecho a un trabajo decente y una buena tutorización para el alumnado.

Por último, es necesario decir, que durante el curso la coordinadora realiza encuentros puntuales para conocer el clima del curso, sus problemas y posibles resoluciones, pero nada de ello está formalizado al ser tomado como algo propio de la labor de coordinación.

6.3. La satisfacción de los estudiantes, del profesorado, de los egresados y de otros grupos de interés es adecuada.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: La satisfacción que los diferentes grupos de interés (estudiantes, profesores, personal de apoyo y empleadores) manifiestan en relación a los conocimientos adquiridos y las competencias desarrolladas por los y las estudiantes, la organización de la enseñanza, los canales de comunicación empleados por el máster y el contenido de la información que se facilita; el seguimiento realizado por los responsables y la respuesta dada por estos a las quejas o incidencias detectadas en el título; el proceso de enseñanza aprendizaje (metodologías, actividades formativas, tutorías, seguimiento por parte del profesorado, TFM, prácticas externas, etc.). Análisis de la información y actuaciones realizadas para la mejora del máster.

Como se ha indicado anteriormente, la información sobre la satisfacción con la titulación de los actores implicados en la misma se obtiene mediante encuestas de satisfacción. De ahí, recordamos que en el caso de los empleadores o empresas empleadoras el 100 por 100 dice que Sí, aceptaría seguir recibiendo estudiantes en prácticas de la Facultad (100%).

Entre las personas egresadas la satisfacción con la titulación es de 7,6.

Los y las estudiantes del curso 2022-23, contestaron 7 de 35, valoran la atención al estudiante con un 5,5. Sin embargo, la satisfacción con el título es del 4,7, lo que hace que dentro del máster se realizara un periodo de reflexión, como se ha comentado anteriormente, alentado por la gran desviación típica que sustentan estos números, 4,2 y 3 respectivamente. De ahí que se hiciera una entrevista a un representante del curso con dotes confiables para el resto del alumnado del máster y que ha servido para dar luz a las motivaciones que están dentro de estos estudiantes para realizar esa evaluación sobre los conocimientos adquiridos y las competencias desarrolladas por los estudiantes; la organización de la enseñanza; los canales de comunicación empleados por el título y el contenido de la información que facilita; el seguimiento realizado por los responsables

y la respuesta dada por estos a las quejas o incidencias detectadas en el título; el proceso de enseñanza aprendizaje (metodologías, actividades formativas, tutorías, seguimiento por parte del profesorado, TFM, prácticas externas, etc.).

Véase: EV09-Indicadores satisfacción

En relación a los egresados para conocer su inserción laboral, el máster realizó un envío de masivo a todas las personas egresadas del máster desde el año 2015. Los resultados pormenorizados pueden verse en EV09-Indicadores satisfacción. Una de las acciones que se comenzó a realizar en el curso 2022-23 es la incorporación de egresados a la dinámica del curso, acción que se va a seguir implementando en el curso 2023-24.

La opinión de los estudiantes sobre la adecuación de las actividades formativas, sus metodologías docentes y los sistemas de evaluación empleados en cada una de las asignaturas que componen el plan de estudios.

Dentro de la Universidad Complutense de Madrid la opinión de los estudiantes se recoge a través del Programa de Evaluación Docente (Docentia). Las tasas de participación de los profesores, de evaluaciones y de evaluaciones positivas se analizan en las Memorias anuales de seguimiento, que se presentan a la Comisión de Calidad de Centro y al Vicerrectorado de Calidad. Para el año académico 2022-23, en un momento de evaluación obligatoria, el profesorado realizó la encuesta y sólo dos fueron evaluados: uno con calificación muy positiva y otro excelente.

Véase EV12-Informe resultados DOCENTIA.

6.4. Los valores de los indicadores de inserción laboral de los egresados del título son adecuados al contexto socio-económico y profesional del título.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: Los valores de los indicadores de inserción laboral de los egresados del título son adecuados al contexto socio-económico y profesional del título.

El Vicerrectorado cuenta con una encuesta de inserción con una participación del 23% con 100% de inserción que es necesario destacar. La Universidad tiene un plan de actuación institucional para facilitar la inserción laboral que permite obtener unos indicadores de inserción laboral, empleabilidad o impacto profesional/investigador fiables. Así como, la adecuación de los valores de los indicadores de inserción laboral en función de las características del título. No obstante, como ya se ha indicado, el máster ha implementado una encuesta de egresados en el curso de referencia a evaluar y para el curso 2023-24 quiere mejorar sus redes profesionales como, por ejemplo LinkedIn, para favorecer la inserción de los y las egresados. Nos obstante, la Tasa de eficacia de inserción de egresados roza el 98%. Según la encuesta realizada por el máster a los egresados, el 60% de los y las estudiantes dicen haber encontrado trabajo gracias al máster, el 96,3% con una jornada a tiempo completo, un 74,1%, con un contrato por cuenta ajena e indefinida. Para más información, véase EV09-Indicadores satisfacción.

Como se ha mencionado anteriormente, hay que recordar, que la UCM tiene el Portal de Empleo ICARO UCM que es un servicio de intermediación gratuita de ofertas de empleo cualificado entre las entidades y nuestros titulados. Véase <https://www.ucm.es/ope>

Según pone en su propia página web tiene una bolsa de trabajo de 123 empresas, con 3.330 demandantes y 3.330 ofertas. Véase EV06. Egresados.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: Como se puede apreciar la orientación del máster está dirigido a la adquisición de competencias del estudiante. Realizando cada año propuestas de mejora para poder garantizar el aprendizaje y su posterior integración en el mercado laboral con éxito.

En ese sentido, los resultados de aprendizaje resultan satisfactorios y se corresponden con los estándares esperados para un máster universitario. Las asignaturas comprendidas en las diversas Materias del Plan de Estudios tienen una misma referencia orientativa, tanto para su metodología docente como para su sistema de evaluación, que figura en la Memoria verificada del Máster, propuesta en coherencia con las líneas previstas por el MECES. Las diferentes asignaturas del Máster procuran un conjunto de actividades complementarias que buscan enriquecer la formación y ampliar el abanico referencial (contenidos, experiencias y trayectorias profesionales).

En definitiva, la universidad asegura el proceso de enseñanza, aprendizaje y evaluación centrada en el estudiante. Para ello, y en pro de la transparencia, dispone de información referida a indicadores, tasas, satisfacción de los principales grupos de interés, así como a la inserción laboral de las personas egresados a través de una adecuada gestión de la información, datos y su análisis contribuyen al aseguramiento de la calidad del máster.

El perfil del estudiante de nuevo ingreso se corresponde con el definido en la memoria de verificación. Las tasas de rendimiento, eficiencia y abandono muestran una evolución positiva y coherente con las previsiones también establecidas en la memoria de verificación.

EVIDENCIAS

Ver tablas.

EV01-Guias docentes

EV03.2-Gestión reclamaciones-sugerencias

EV09-Indicadores satisfacción

EV10.3-Convenios entidad

EV11-Aplicación de criterios de admisión (dos cursos)

EV12-Informe resultados DOCENTIA
