



VICERRECTORADO DE CALIDAD

RUCT	MEMORIA ANUAL DE SEGUIMIENTO
4315213	MÁSTER UNIVERSITARIO EN CONSUMO Y COMERCIO

Universidad/es participantes	Centro
UCM	FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

Créditos	Doble grado/máster	Primer curso de implantación	Prácticas externas	Programas de movilidad
60	MÁSTER	2015-16	Optativa	NO

ÚLTIMA EVALUACIÓN DE LA AGENCIA EXTERNA			
Verifica	Modificación Verifica	Seguimiento externo	Acreditación
22/05/2015		Fundación Madri+d	10/07/2019

CURSO 2018-19
OFICINA PARA LA CALIDAD

INDICE

<u>INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO</u>	3
<u>ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO</u>	3
1. <u>ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO</u>	3
2. <u>ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS MECANISMOS DE COORDINACIÓN DEL TÍTULO</u>	7
3. <u>ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO</u>	9
4. <u>ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS</u>	11
5. <u>INDICADORES DE RESULTADO</u>	13
6. <u>TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN.</u>	21
7. <u>MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS</u>	22
8. <u>RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.</u>	22
9. <u>RELACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES DEL TÍTULO Y PROPUESTA DE MEJORA</u>	26

INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO

URL:<http://www.ucm.es/consumocomercio>

1. La página Web del Centro ofrece la información sobre el Título, previa a la matriculación, que se considera crítica, suficiente y relevante de cara al estudiante (tanto para la elección de estudios como para seguir el proceso de enseñanza-aprendizaje y garantiza la validez de la información pública disponible.

Ya el año pasado fue realizado un especial esfuerzo de adecuación de la página electrónica del Máster en 'Consumo y Comercio' a las exigencias planteadas desde el Vicerrectorado de Calidad de la UCM en su Informe de seguimiento del Título referido al año académico 2016-17. En la actualidad están revisados y actualizados los diversos apartados de ese canal informativo.

2. Esta información está actualizada y su estructura permite un fácil acceso a la misma.

La información está actualizada, la estructura de la página fue revisada adquiriendo un formato más homogéneo al de otros cursos 'Máster' de la UCM y resulta fácilmente accesible.

Además, tanto desde la página electrónica de la Facultad de Comercio y Turismo (<http://comercioyturismo.ucm.es/estudios/master-consumoycomercio>) como desde la propia página de la Universidad Complutense de Madrid (<http://www.ucm.es/estudios/master-consumoycomercio>) se tiene acceso a esta misma página.

3. La información presentada se adecua a lo expresado en la memoria verificada del Título.

El contenido de la Memoria verificada del Título orienta y delimita la información que se presenta; es lógico que así sea, ya que el plan presentado en la Memoria compromete desde el comienzo de la puesta en funcionamiento del curso sus contenidos y formato.

ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO DE GRADO/MÁSTER

1. ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO

1.1.- Relación nominal de los responsables del SGIC y colectivo al que representan.

La Junta de Facultad 3/2014 de 19 de mayo aprobó la conformación de una Comisión de Calidad que, en fechas posteriores, ha ido actualizando los nombres de personas representantes de los cargos académicos correspondientes, a medida en que se fueron produciendo algunos cambios. En el año académico motivo de esta Memoria, 2018/19, la composición de esta Comisión, aprobada por la Junta de Facultad 5/2018 de 16 de julio, fue la siguiente:

Nombre	Apellidos	Categoría y/o colectivo
Mercedes	Rodríguez Paredes	Presidenta Vicedecana de Alumnos y Calidad
Amparo	Carrasco Pradas	Representante PDI

Nombre	Apellidos	Categoría y/o colectivo
Adolfo	Millán Aguilar	Representante PDI
Ana Isabel	Rosado Cubero	Representante PDI
Javier	Curiel Díaz	Representante PDI
Fernando	Santander del Amo	Representante resto PDI (Secretario)
Santiago	Ramos Álvarez	Representante PAS
Luis	Núñez Minguelez	Representante de alumnos
Beatriz	Martínez Parra	Representante de alumnos
Concepción	García Gómez	Decana (invitada)
Pilar	Gómez Aparicio	Coordinadora del Grado en Comercio (invitada)
Gema	Martínez Navarro	Coordinadora del Doble Grado en Turismo y Comercio (invitada)
Pedro	López Sáez	Coordinador del Máster en Comercio Electrónico (invitado)
Frank	Babinger	Coordinador del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras(invitado)
Ignacio	Ruiz Guerra	Coordinador del Máster en Planificación y Gestión en Destinos Turísticos (invitado)
Matilde	Fernández-Cid Enríquez	Coordinadora del Máster en Consumo y Comercio (invitada)
Alfonso	Castellano	Agente externo CEO High-Tech / Petit Palace Hoteles
Antonio	Santos del Valle	Agente Externo Director Relaciones Institucionales y Turismo Free Group S. L.

Desde el año académico 2015-16, primero de impartición del máster en ‘Consumo y Comercio’, la coordinadora de este título participa en la Comisión de Calidad de la Facultad de “Comercio y Turismo”. Esta participación de coordinadores de los cursos de nivel ‘máster’ en la Facultad como invitados en la Comisión de Calidad resulta especialmente interesante, como foro de encuentro e intercambio (opiniones, experiencias, valoraciones, propuestas), dado el papel que dicha Comisión asume en el establecimiento de criterios de calidad, de seguimiento, de control y de proposición en todas las titulaciones impartidas en la Facultad de “Comercio y Turismo”.

Esta información se encuentra también en el siguiente enlace web:

[https://comercioyturismo.ucm.es/data/cont/docs/31-2019-01-11-RELACION%20NOMINAL%20DE%20LOS%20RESPONSABLES%20DEL%20SGIC%20\(1\).pdf](https://comercioyturismo.ucm.es/data/cont/docs/31-2019-01-11-RELACION%20NOMINAL%20DE%20LOS%20RESPONSABLES%20DEL%20SGIC%20(1).pdf)

1.2.- Normas de funcionamiento y sistema de toma de decisiones.

El Reglamento de funcionamiento fue aprobado por Junta celebrada el 11 de marzo de 2010 y modificado en la Junta de Centro del 19 marzo de 2013 (modificación de la toma de decisiones en la Comisión de Calidad) y está publicado en la web de la facultad en el siguiente link: <https://comercioyturismo.ucm.es/sistema-de-garantia-interna-de-calidad-sgic>

Sesiones

1. La Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo se reunirá en sesiones ordinarias y extraordinarias.
2. Se realizarán tres reuniones ordinarias al año. Una al comienzo del curso, otra a mitad del curso, y la última, al concluir el periodo de docencia presencial.
3. La Comisión de Calidad se reunirá en sesiones extraordinarias por iniciativa de el/la Presidente/a o cuando así lo solicite un mínimo del 20% del total de miembros de pleno derecho. La convocatoria de estas sesiones se realizará con una antelación mínima de 48 horas y contendrá el orden del día de la reunión.

Por razones de urgencia, el/la Presidente/a, previo acuerdo de la Comisión, podrá convocar verbalmente nueva reunión de la misma durante la celebración de una sesión, enviándose notificación urgente a los miembros no presentes.

Efectos de los acuerdos

1. Los acuerdos y decisiones adoptados por la Comisión de Calidad tendrán los efectos que les sean propios en función de su contenido y de lo establecido en la normativa vigente.
2. Los acuerdos y decisiones adoptados por la Comisión de Calidad se comunicarán a los interesados en su caso para realizar los cambios y mejoras oportunas. Se informará en las siguientes reuniones sobre el nivel de avance o de cumplimiento de las mismas. Se elevarán a la Junta de Escuela para su ratificación los acuerdos que correspondan en su ámbito de competencia, así como los que la Comisión decida dada su especial trascendencia.

Adicionalmente en el Centro existen otras comisiones que, en principio, no tienen relación directa con la Comisión de Calidad, excepto en cuestiones puntuales o relacionadas con reclamaciones. En este sentido, en el centro existe una Comisión de Ordenación Académica, cuyas funciones se refieren básicamente a la gestión ordinaria de la actividad académica (tramitación de plazas o carga docente), mientras que la de Calidad aborda las mejoras en los sistemas de funcionamiento y los problemas operativos detectados, por lo que no hay una relación directa entre ambas. A modo de ejemplo, podemos señalar que la Comisión de Calidad analiza las mejoras en la normativa de trabajo fin de grado y, una vez dictada y aprobada la normativa, su puesta en marcha es función de la Comisión Académica.

Por su parte, las cuestiones relativas a las prácticas externas se canalizan a la Comisión de Prácticas Externas, responsable de su gestión; de forma similar, las cuestiones referentes a los intercambios internacionales son competencia de la Comisión Erasmus del Centro. Durante el curso 2016/2017 el Equipo Decanal incorporó la figura del Delegado de la Decana para Prácticas y Empleabilidad y Emprendimiento de la Facultad de Comercio y Turismo (actualmente responsabilidad del profesor Frank Babinger) y la Oficina de Prácticas cuenta con un funcionario y un becario de apoyo en su labor.

1.3.- Periodicidad de las reuniones y acciones emprendidas.

La Comisión se ha reunido en cuatro ocasiones en sesión ordinaria durante el periodo de referencia y en las fechas recogidas en el cuadro (más abajo).

Todas sus reuniones siguen un Orden del Día propuesto previamente, que se inicia con la presentación y aprobación (en su caso modificación), del acta de la sesión anterior. En las reuniones del curso motivo de este informe las Actas presentadas obtuvieron aprobación por unanimidad. El siguiente punto del orden del día está previsto para que la presidenta presente

su informe, en el que da cuenta de las distintas actuaciones referentes al sistema de calidad de la Facultad entre ellas:

- Novedades referentes a las decisiones de la Comisión Académica del Consejo de Gobierno respecto de las titulaciones que se imparten en la Facultad. Aprobación de las modificaciones de las titulaciones y las respuestas dadas a los requerimientos de la Comisión respecto del informe de la Fundación Madrid +D.
- Estado de la renovación de las acreditaciones de algunas titulaciones y contenido de la evaluación, sometiendo a consideración de la Comisión los distintos aspectos del informe para adoptar la estrategia de mejora.
- Aplicación del Plan de Mejora propuesto en la renovación de los Grados, así como información sobre el estado de los distintos trámites referentes a la renovación de acreditaciones y los resultados de las visitas de la Fundación Madrid +D.
- Contenido de los informes de evaluación de nuestras titulaciones y de las alegaciones o subsanaciones emitidas. Estos informes se analizan por la Comisión, responsable de acordar estrategias de adaptación.
- Implantación de la norma ISO9001 y obtención de sello Q de Calidad Turística, y los diferentes procesos que ello implica durante su desarrollo.
- Cambios en los cargos de coordinación de las titulaciones.

Los siguientes puntos del Orden del Día se destinan a cuestiones puntuales y contextualizadas de las titulaciones, a su dinámica de funcionamiento y trabajo; se debaten y, en su caso, deciden y aprueban medidas destinadas a facilitar, adecuar y/o mejorar las diferentes titulaciones impartidas en la Facultad (por ejemplo, planes de mejora, ajuste en la denominación de alguna asignatura, organización y dinámica de los TFG o TFM, organización y dinámica de las Prácticas externas...)

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
28 nov 2018	Presentación de Autoinformes de seguimiento para acreditación de dos cursos de nivel Máster de la Facultad: Consumo y Comercio y Planificación y Gestión de Destinos Turísticos	Debate sobre complejidad del protocolo de acreditación. Aprobación de los informes presentados
22 ene 2019	Información y trabajo sobre el proceso de evaluación para acreditación, ya en marcha, de los cursos mencionados	Apoyo al trabajo que acompaña el proceso de acreditación
27 mar 2019	Información y organización de acciones vinculadas al trabajo de acreditación; orientación de la visita del Panel evaluador de la Fundación Madrid+d	Apoyo al trabajo que acompaña el proceso de acreditación Apuntes críticos en torno a algunos contenidos de los 'informes de seguimiento' que se consideran inadecuados. Acuerdo de informar al Órgano emisor y hacer propuestas de mejora comunicativa Continuación del proceso de implantación en la Facultad de Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001 (objetivo: conseguir el sello Q de calidad turística)
1 jul 2019	Presentación y diálogo sobre los informes provisionales de la renovación de la acreditación de los cursos mencionados	A pesar de buena valoración general, los informes de los cursos en evaluación resultan 'no favorables'. Se aprueba responder algunas críticas no fundamentadas, se analizan las sugerencias de mejora y modificaciones

		exigidas... y se valoran como asumibles de forma ágil Los coordinadores se comprometen a emitir informe justificativo y de orientación de acciones
--	--	---

FORTALEZAS Las reuniones de calidad constituyen, sin duda, un foro idóneo para intercambio de información, comentario de experiencias de interés común, tratamiento de asuntos no siempre previsibles y emergencia de propuestas e iniciativas que potencialmente interesen al conjunto de agentes intervinientes.

DEBILIDADES Por una parte, la propia sobre determinación de las potenciales actuaciones de la Comisión. Ciertamente, es esta una de las ocasiones en que ‘debilidad’ y ‘fortaleza’ se muestran como polos que podrían convivir: desde un punto de vista organizativo, lo que aparece como ‘imposición’ o restricción no deseada pudiera -si responde a principios de equidad, control, racionalidad- resultar útil para enmarcar el funcionamiento de Organizaciones complejas. Sin embargo, la mera imposición, si no se justifica por aquellos principios puede convertirse en ‘jaula de hierro’ que restrinja la adaptación necesaria de su propia normativa. Un ejemplo sería, precisamente, una de las críticas más recurrentes recibidas por los Órganos evaluadores: la exigencia de titulación de idioma... en ocasiones -no siempre- en los espacios de proximidad es posible comprobar el dominio real de control idiomático (para corregir, a veces a la baja, el título presentado, para en otras ocasiones comprobar el control más allá -más acá- de la tramitación del título.

Por otra parte, las mismas limitaciones de recursos de apoyo. En ocasiones son propuestas en las reuniones de Comisión iniciativas muy bien valoradas... que resulta imposible abordar, por ejemplo, por falta de personal de apoyo y/o tiempo disponible de las personas implicadas.

Fortalezas	Debilidades
F1. Implicación de los agentes intervinientes en la aplicación y seguimiento del plan de estudios del máster: comisión de calidad, equipo docente, otros servicios (informática, prácticas externas)	D1. Aunque en aumento, no cobertura de plazas ofertadas

2. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS MECANISMOS DE COORDINACIÓN DEL TÍTULO

Existen mecanismos de coordinación docente de carácter general, como se ha indicado anteriormente, tanto en cuestiones que son responsabilidad del Centro y/o funcionan a nivel Facultad -y por ello su trabajo y decisiones inciden también en el Título “Consumo y Comercio”- (servicios generales, organización de espacios y tiempos de actividad...) como en cuestiones propias de cada título pero que son responsabilidad compartida (estructura y funcionamiento, por ejemplo, de los ‘trabajos fin de máster’ o las ‘prácticas en empresa’).

El Máster en ‘Consumo y Comercio’ dispone de una Comisión de Coordinación propia, formada por el grupo de profesores que han venido trabajando durante todo el proceso de implantación del Título, desde la presentación y defensa de su propuesta hasta su aprobación y puesta en funcionamiento. Se organizó en un origen como “Comisión para el Diseño del Plan de Estudios del Máster Universitario Oficial en Consumo y Comercio”, antes de su presentación, propuesta y votación como “Comisión de Coordinación” en reunión del Equipo Docente (puesto que comenzó su trabajo con anterioridad a la aprobación del propio Máster). La Comisión de

Coordinación fue aprobada en primera reunión con Equipo Decanal y Equipo Docente del curso, celebrada (inmediatamente después de la aprobación del Máster) el día 3 de junio de 2015. Sus componentes son:

- Matilde FERNÁNDEZ-CID ENRÍQUEZ, Coordinadora
- Adolfo HERNÁNDEZ ESTRADA
- Juan Luis PEÑALOZA FIGUEROA
- José Eugenio CASTAÑEDA MUÑOZ

Desde la notificación de aprobación del Máster por 'Administrador Verifica ANECA', en mayo de 2015, la Comisión de Coordinación mantiene frecuentes reuniones (generalmente de forma casi espontánea, al hilo de asuntos emergentes, del 'día a día') para tener un seguimiento próximo de la marcha del Curso. En ellas abordamos desde asuntos relativos a protocolos de matrícula (facilitación de procesos de matrícula 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 relación a la coordinación docente, la 'coordinación vertical' en el seno del propio curso se garantiza a partir del trabajo tanto de la figura del 'Coordinador' del máster (con funciones asignadas en esta tarea) como de la 'Comisión de Coordinación' -integrada actualmente, como se ha visto, por cuatro miembros del equipo docente. La 'coordinación horizontal' cuenta con la figura del coordinador de asignatura y del trabajo del conjunto del Equipo docente. El Equipo Docente tiene reuniones periódicas donde se abordan tareas de intercambio de información y toma de decisiones sobre contenidos, dinámica, evaluación, etc. entre las distintas Materias y Asignaturas del Máster. En estas reuniones (obviamente más escasas que las mantenidas en la Comisión de Coordinación, pero al menos con la frecuencia de tres anuales) también se habla sobre tareas exigidas, tiempos docentes, recursos o coordinación de carga de trabajo del alumnado, entre otros asuntos (algunos previstos, otros emergentes en la propia reunión o a demanda de profesorado).

Están previstas tres reuniones de equipo docente en cada año académico: al inicio (septiembre/octubre), entre primer y segundo semestres (enero/febrero) y al final de curso. En el año académico del que estamos dando cuenta, 2018-19, además de una primera convocatoria con motivo de la celebración de Jornada de Graduación (del curso 2017-18) y Apertura (del curso 2018-19), en septiembre, se celebraron reuniones de Equipo Docente en las fechas recogidas en el cuadro.

En dichas reuniones se informa y se consulta, entre otras cosas, sobre procesos de difusión y publicidad del curso y de selección de alumnado. En relación a este último aspecto, la Comisión de Coordinación está implicada y participa en la valoración y la selección de solicitudes (preinscripciones) para el curso. También son motivo de debate y acuerdos asuntos como la asignación de responsables de coordinación de Prácticas externas y de Trabajos fin de Máster. También.

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

Memoria anual de seguimiento del MÁSTER UNIVERSITARIO EN CONSUMO Y COMERCIO
FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
17 dic 2018	Presentación de nuevos miembros de equipo docente (sustitución de tres 'sabáticos' y otros cambios) Características (perfiles) de grupo de alumnos	Aplicación de cuestionario de valoración (grupo alumnos) de docencia del primer cuatrimestre Proceso de evaluación del curso para acreditación (información sobre informe elaborado, solicitud de implicación...) Solicitud de potenciales contactos para adecuación de Prácticas a nuestro Máster Problema de mantenimiento de asignaturas optativas: intento de alcanzar número mínimo de matriculación
21 ene 2019	Marcha del curso: comentarios en momento de cambio de cuatrimestre lectivo Presentación de resultados encuesta a grupo (periodo lectivo 1º)	Solicitud de difusión de información del curso (primer período de preinscripción vigente) Cambio de formato de información de tutorías en web (en fichero independiente de Ficha de asignatura)
25 jun 2019	Cierre del curso: dinámica y resultados (debate y valoración) Segunda encuesta a alumnos (2º periodo lectivo) Trabajos fin de máster (TFM) presentados en 1ª convocatoria Información sobre preinscripciones Cambios en Equipo docente para próximo curso	Mantenimiento de compromiso de tutorías TFM para próximas convocatorias Revisión de resultados de encuesta y propuesta de mejora (sobre todo coordinación entre asignaturas para evitar acumulación excesiva de tareas -entrega de trabajos, evaluaciones- en fechas puntuales... solicitado por alumnado) Se anima a aportar sugerencias para petición a Biblioteca y empleo de fondo del curso

FORTALEZAS Se puede apuntar aquí la misma reflexión descrita en el apartado sobre Comisión de Calidad de la Facultad. También en este espacio, las reuniones de calidad constituyen un foro idóneo para intercambio de información, comentario de experiencias de interés común, tratamiento de asuntos no siempre previsibles y emergencia de propuestas e iniciativas que potencialmente interesen al conjunto de agentes intervinientes.

DEBILIDADES Si de forma genérica cabría asimismo reproducir la valoración realizada en apartado anterior, añadamos la 'movilidad' del equipo docente, que en ocasiones como este último curso se padece de forma más acusada. Hasta tres profesores en situación de 'año sabático', en un equipo de trece, ya es dato revelador, y no es único motivo de cambio.

Fortalezas	Debilidades
F2. Buen funcionamiento de comisión de coordinación y de implicación de miembros del equipo docente. F3. Participación de Equipo docente en las reuniones convocadas (espacio formal de intercambio) pero también en el 'día a día' del despliegue del curso	D2. Dificultades para materializar todas las propuestas de mejora

3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO

Durante el año académico 2018-19, un total de 14 profesores impartía 10 de las asignaturas del Plan de Estudios. Entre esos catorce profesores, y considerando sus categorías de contrato, la mayoría (71,4%) es personal docente permanente. La asignatura optativa de 'Prácticas' es asignada a varios profesores, ya que la responsabilidad de tutorías que conlleva es distribuida desde el Vicedecanato de 'Política Académica, Profesorado y Estudiantes' de la Facultad de

‘Comercio y Turismo’ (que realiza esta distribución en función de la carga de dedicación docente de los distintos Departamentos con docencia en la Facultad); excluyendo ‘Prácticas’, la docencia de las asignaturas conlleva la siguiente distribución por categoría de contrato del profesorado:

Categoría PDI	Nº prof. total	% sobre total	ECTS impartidos total	% sobre Total
Catedrático Escuela Universitaria	1	7,1%	6	10%
Titular Universidad	4	28,6%	15	25%
Contratado Doctor	3	21,4%	15	25%
Ayudante Doctor	2	14,3%	9	15%
Asociado	4	28,6%	15	25%

En relación al curso anterior (2017-18), crecen los porcentajes en los polos de tipo de contrato: ligero incremento del peso de las más reconocidas modalidades de contrato, pero también se dobla en número la figura de ‘asociado’, debido a las sustituciones de titulares (profesores en condición de ‘sabático’). Salvo uno de los miembros (incorporado este año en sustitución) el resto de equipo docente (92’9%) tiene la categoría académica de ‘doctor’.

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 y 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, sin embargo y a pesar de la entrada de varios nuevos profesores este último curso académico, su altísimo nivel de compromiso y dedicación ha resultado una muy grata y productiva ‘buena noticia’ para el curso.

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 alumnos, 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).

Debe ser destacada asimismo la colaboración del Equipo docente en todo lo que ha sido requerido en el proceso de evaluación habido en el curso el año pasado, 2018-19, con el objeto de la obtención de acreditación.

	1º curso de seguimiento	2º curso de seguimiento	3º curso de seguimiento	4º curso de seguimiento
IUCM-6 Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente	50,00	76,92	66,67	71,43
IUCM-7 Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente	14,29	53,82	13,33	60
IUCM-8 Tasa de evaluaciones positivas del profesorado	100	100	100	100

Es evidente la falta de participación que nos permitiera una valoración fundamentada. Aunque la participación se está incrementando, debemos insistir en este apartado y ponderar al profesorado la importancia de esta participación activa. A pesar de los cambios producidos este año en el Equipo docente no se justifica esta ausencia si no es como evidencia de la escasa implicación que esta propuesta evaluadora suscita.

Fortalezas	Debilidades
F4. Interdisciplinariedad. Profesionalidad y experiencia. Implicación en el curso	D3. Falta de participación en algunos ámbitos D4. Falta de continuidad (movilidad de profesorado)

4. ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS

Varios son los canales formales mediante los que el alumnado puede comunicar preguntas, quejas, sugerencias, reclamaciones; apuntamos los que, con carácter más próximo y accesible, han sido previstos y estuvieron habilitados durante el año académico 2018-2019:

- Reclamaciones por escrito presentadas en la secretaría de alumnos

Este tipo de reclamaciones se cursan y resuelven desde el Vicedecanato de Alumnos y Calidad. Durante el curso 2018-2019 se tramitó una reclamación presentada por una alumna (del año académico 2016-17) cuyo TFM fue suspendido por Tribunal de evaluación; alegó desatención en su proceso de trabajo y defecto formal en la composición de Tribunal. La reclamación está siendo atendida hoy en Vicerrectorado de Estudiantes y ya en vía de resolución (la alumna se ha matriculado en el actual año académico con la intención de presentar TFM en convocatoria extraordinaria de febrero).

- Reclamaciones por vía electrónica: web del Centro o web del Máster

La página electrónica del Máster en 'Consumo y Comercio' sitúa en lugar visible y destacado el espacio destinado a este apartado, buscando facilitar al máximo la tramitación de cualquier tipo de sugerencia, queja, consulta o reclamación que quieran transmitir.

Es evidente que en general los alumnos son poco propensos a utilizar los cauces formales para plantear quejas y reclamaciones. No puede sorprender ese distanciamiento si se considera el contexto cultural general de escasa participación por vías formalizadas, lo que no significa necesariamente 'no participación'.

Lo habitual es que las quejas, dudas, sugerencias... se produzcan de manera verbal o por correo electrónico (preferentemente a quien es reconocido como 'coordinador', pero también a otros/as profesores si el asunto está relacionado con asignaturas concretas).

- Reclamaciones presentadas verbalmente o por email a coordinación del master.

Ésta es una vía que generalmente se considera más 'próxima' y suele ser más utilizada. Efectivamente, durante el año académico 2018-2019 se estableció comunicación fluida con la coordinación del curso por parte de algunos/as alumnos y en algún caso se plantearon quejas, propuestas, preguntas... todas ellas en tono dialogante y abierto y relacionadas, por ejemplo, con problemas de adecuación del aula (exceso de calor, falta de enchufes para conexión eléctrica...) o problemas de tramitación administrativa (desatención, demora).

En varias ocasiones se organizaron encuentros/reuniones del grupo con la coordinación del curso, para tratar de forma colectiva asuntos compartidos (generalmente con carácter

informativo, pero también es ocasión de seguir el ‘pulso’ del grupo, también de sus opiniones y valoraciones).

Estos formatos de planteamiento y, en su caso, resolución de ‘problemas’ no generan documento ‘físico’ en que quede constancia y no lo problematizamos: sabemos que son canales ricos en comunicación y facilitadores de búsqueda de ‘soluciones’ y expresión de alternativas.

La coordinación del curso anima al alumnado a manifestar sus opiniones y propuestas considerando los múltiples posibles canales y formatos; intentamos animar a la formalización ante denuncias o quejas trascendentes.

Fortalezas	Debilidades
F5. Multiplicidad de canales para expresar potencial diversidad de quejas y/o sugerencias	D5. Bajo conocimiento de protocolos específicos y formalizados

5. INDICADORES DE RESULTADO

5.1 Indicadores académicos y análisis de los mismos

INDICADORES DE RESULTADOS

*ICM- Indicadores de la Comunidad de Madrid *IUCM- Indicadores de la Universidad Complutense de Madrid	1º curso de seguimiento	2º curso de seguimiento	3º curso de seguimiento	4º curso de seguimiento
ICM-1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas	40	40	40	40
ICM-2 Matrícula de nuevo ingreso	22	18	26	30
ICM-3 Porcentaje de cobertura	55%	45%	65%	75%
ICM-4 Tasa de rendimiento del título	84,65	96,51	90,28	89,04%
ICM-5 Tasa de abandonodel título	4,5	4,45	0,0	8,97%
ICM-7 Tasa de eficiencia de los egresados	--	94,31	100	96,39%
ICM-8 Tasa de graduación	55	68,18	80	84,21%
IUCM-1 Tasa de éxito	--	99,49	99,11	97,81%
IUCM-5 Tasa de demanda del máster	--	652,5	697,5	697,50%
IUCM-16 Tasa de evaluación del título	--	97,01	91,09	91,03%

ICM-1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas

En consonancia con la Memoria de Verificación, el número de plazas de nuevo ingreso ofertadas se estableció en 40 para este Máster de 60 créditos (Plan 2015). Es una cifra que se sigue considerando adecuada, como límite máximo de conformación del grupo, para la docencia en el Máster y por ello no se contemplan modificaciones.

ICM2-Matrícula de nuevo ingreso

Apuntamos de nuevo este año el incremento de matrículas que sigue, lenta pero continuamente en los últimos años, tendencia alcista.

ICM-3 Porcentaje de cobertura

En obvia vinculación con lo dicho en comentario de anterior indicador, sólo cabe repetir la evolución del porcentaje: salto del 45% de cobertura en el año académico 2016-17 al 65% en el 2017-18 al que ahora se muestra con un 75%.

A la hora de plantear incremento en este porcentaje, resulta evidente la importancia del nivel de conocimiento de la oferta formativa... si no se conoce la existencia del título y su propuesta, es imposible su valoración como opción. En varios de nuestros encuentros en 'reunión de Equipo Docente' hemos tratado este asunto, buscando vías de dar a conocer a potenciales interesados nuestra propuesta docente y los contenidos de nuestro Plan de estudios.

ICM-4 Tasa Rendimiento del título

La Tasa de Rendimiento del título es del 89,04%. Se mueve esta tasa, en los primeros años de funcionamiento del curso, en unos valores altos que consideramos muy positivos; la pequeña representación de quienes no superan la totalidad de créditos ordinarios en relación a los matriculados se puede explicar por situaciones específicas que suponen una barrera de dificultad para algunos estudiantes (trabajo, carencias formativas).

ICM-6 Tasa de Abandono del máster

Hasta ahora, en los cuatro años académicos de trayectoria de este máster, no se ha alcanzado el 10% previsto como posibilidad en la memoria de verificación.

ICM-7 Tasa Eficiencia de los egresados

La Tasa de Eficiencia de nuestros egresados ha sido en el año académico motivo de esta memoria (2018-19) del 96,39%; recordemos que en la memoria de acreditación se planteaba una previsión del 80% en este indicador.

ICM-8 Tasa Graduación

La tasa de Graduación obtenida durante el año académico 2017-18, fue del 84,21%, es dato que se ha venido incrementando en años sucesivos desde la inauguración del curso. En todo caso, tampoco tendrían por qué resultar inquietantes otros resultados, (no resulta negativo no alcanzar máximos niveles) puesto que, como apuntábamos en

años anteriores, una parte del alumnado opta por aplazar la presentación del Trabajo fin de Máster, lo que no puede interpretarse como dato en sí negativo (en función de las circunstancias que expliquen dicha decisión).

Asignatura	Carácter	Matriculados	1ª matrícula	2ª Matrícula y sucesivas	Apr. / Mat.	Apr. / Pres.	N.P. / Pres.	Apr. 1ª Mat. / Mat. 1ª Mat	NP	SS	AP	NT	SB	MH
ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LAS DECISIONES DE COSUMO	OPTATIVA	12	12	0	91,67%	100,00%	8,33%	91,67%	1	0	0	7	3	1
COMERCIO Y TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN	OBLIGATORIA	30	30	0	93,33%	96,55%	3,33%	93,33%	1	1	4	18	6	0
CONSUMO DIGITAL:OFERENTES Y PROSUMIDORES	OPTATIVA	18	18	0	88,89%	100,00%	11,11%	88,89%	2	0	4	12	0	0
DERECHO DE CONSUMO Y PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR	OBLIGATORIA	30	30	0	96,67%	100,00%	3,33%	96,67%	1	0	6	13	9	1
LA CADENA DE VALOR Y NUEVAS FÓRMULAS EMPRESARIALES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	OBLIGATORIA	30	30	0	90,00%	93,10%	3,33%	90,00%	1	2	6	15	6	0
LOS PERFILES DEL CONSUMIDOR:ESTILOS DE VIDA Y PROCESOS PSICOSOCIALES	OBLIGATORIA	29	29	0	96,55%	100,00%	3,45%	96,55%	1	0	1	17	10	0
MODALIDADES Y PRÁCTICAS DEL CONSUMO TURÍSTICO	OPTATIVA	10	10	0	90,00%	100,00%	10,00%	90,00%	1	0	1	3	4	1
MODELOS DE CONSUMO Y DESARROLLO COMERCIAL:EVOLUCIÓN SOCIO-HISTÓRICA	OBLIGATORIA	29	29	0	89,66%	92,86%	3,45%	89,66%	1	2	10	13	2	1
PRÁCTICAS	OPTATIVA	18	18	0	94,44%	100,00%	5,56%	94,44%	1	0	1	9	7	0
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y RESPONSABILIDAD CIVIL DEL CONSUMIDOR	OBLIGATORIA	30	30	0	93,33%	96,55%	3,33%	93,33%	1	1	2	9	16	1
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE CONSUMO	OBLIGATORIA	31	31	0	96,77%	100,00%	3,23%	96,77%	1	0	11	19	0	0
TRABAJO FIN DE MÁSTER	PROYECTO FIN DE CARRERA	34	27	7	55,88%	100,00%	44,12%	59,26%	15	0	3	9	6	1

5.2 Análisis de los resultados obtenidos relativos a la satisfacción de los colectivos implicados en la implantación del título (estudiantes, profesores, personal de administración y servicios y agentes externos).

	1º curso de seguimiento	2º curso de seguimiento	3º curso de seguimiento	4º curso de seguimiento
IUCM-13 Satisfacción de alumnos con el título	5,2	5,2	5,6	4,6
IUCM-14 Satisfacción del profesorado con el título	8,5	9,5	No disponible	7,8
IUCM-15 Satisfacción del PAS del Centro	7,5	7,14	7,7	No disponible

El nivel de participación de alumnos en las encuestas del Vicerrectorado es bajo (una cuarta parte del grupo), por lo que limita la posible 'lectura' de resultados; en todo caso, ese 'suspenseo alto' (un 4'6), es una advertencia inquietante, a pesar de conocer que las respuestas animan preferentemente en estos contextos a nombrar apuntes 'críticos' o 'negativos'. Por supuesto será tratado en el Equipo docente, sobre todo por lo que exige de indagación en torno a motivos profundos del desencanto.

Claramente se debe reconocer las limitaciones de interpretación (en términos de representación) a partir de los datos disponibles. Quizá el tiempo de realización tenga también cierta incidencia: las encuestas se suelen realizar durante el segundo cuatrimestre, período que coincide con las prácticas y la elaboración del Trabajo Fin de Máster. A esto añadimos la de proceso valorativo general del propio Curso (período de evaluación para acreditación) que también forzó al alumnado a una participación adicional que pudo minimizar la importancia a esta encuesta de satisfacción.

El porcentaje de participación del profesorado también es reducido (28,6%). El curso pasado contamos con 6 nuevos docentes en el Equipo, por razón de sustitución (situaciones de 'sabático') o por la movilidad de profesorado que conlleva que la participación en un Máster sea parte de la 'carga docente' que anualmente se acuerda en cada Departamento implicado.

Respecto a los agentes externos, el centro cuenta con dos miembros de la Comisión de Calidad, uno representando al área de Comercio y otro en representación de Turismo dado sus perfiles profesionales. Durante el curso, la satisfacción de los agentes externos asciende a 8 sobre 10. La participación de los miembros externos en la Comisión es bastante satisfactoria basada en sus aportaciones fundamentalmente en el área de la empresa y, la comunicación con el centro es bastante fluida, aunque a algunas sesiones no puedan asistir presencialmente.

5.3 Análisis de los resultados de la inserción laboral de los egresados y de su satisfacción con la formación recibida.

En otras ocasiones hemos manifestado nuestra intención de establecer contacto para consulta en este sentido con todo el alumnado, para tener constancia y un seguimiento más próximo de trayectorias laborales, sin embargo, se ha demostrado la dificultad de comunicación al no disponer en múltiples casos de claves de contacto (correo electrónico) actualizadas. No estamos en condiciones, pues, de facilitar información cuantificada para este apartado. Podemos transmitir, con los límites obvios, nuestra impresión de eficacia real del título en el *mercado laboral*, dado el mantenimiento de contacto con parte de nuestros titulados.

Dado que es situación compartida por las distintas titulaciones, se ha acordado con la Secretaría de alumnos de la Facultad de Comercio y Turismo -donde se imparte el Máster- que habrá un seguimiento de niveles de satisfacción de los egresados respecto a la formación recibida, mediante encuesta, en el momento en que soliciten el título oficial de las enseñanzas cursadas. La Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo dispondrá de esta información que considerará en sus propuestas de revisión y mejora de los planes de estudio de las titulaciones. En relación al seguimiento de la inserción laboral de titulados, la UCM dispone del Programa *Alumni*, de reciente creación, dirigido a los egresados de la UCM, en el que se pretende acceder a este importante dato, entre otros. Dado que esta iniciativa se ha puesto en marcha durante el curso 2018-19 todavía no disponemos de datos relevantes.

Además de las encuestas sobre inserción laboral gestionadas por el Rectorado, está previsto que, pasado un año tras la finalización de los estudios, el Decanato de la Facultad de Comercio

y Turismo enviará por correo electrónico encuestas internas a los egresados, con el fin de realizar un seguimiento específico de su inserción laboral y de la adecuación de las enseñanzas recibidas, con el fin de plantear propuestas de revisión y mejora en la titulación. Con este fin, se están llevando a cabo varios *Proyectos de Innovación para Mejora de la Calidad Docente*, promovidos por el Vicerrectorado de Calidad de la Universidad Complutense de Madrid.

5.4 Análisis de la calidad de los programas de movilidad.

No tenemos constancia de la utilización por nuestro alumnado de estos programas durante la realización del Máster. Parece coherente con las características del curso (duración, contenido, exigencia presencial).

Sí informamos al grupo sobre la posibilidad de realizar Prácticas en el extranjero; es una opción a la que animamos, sin embargo, hasta ahora nadie ha seleccionado esta alternativa (desde la coordinación del curso hemos facilitado incluso algún contacto propio fuera de España).

5.5 Análisis de la calidad de las prácticas externas.

El Máster de 'Consumo y Comercio' oferta las prácticas externas como 'asignatura optativa' (considerando, como así ha ocurrido, que parte del grupo ya tiene experiencia profesional y puede estar menos interesado en su realización), con una carga de 6 créditos. Durante el año académico 2018-19 la tasa de participación efectiva en esta asignatura fue del 57% % de las personas matriculadas.

Las prácticas externas desarrolladas por los alumnos del máster abarcan diversas áreas de aplicación y actividad, tales como: marketing y publicidad, gestión de transporte público, hostelería, comunicación y mercado editorial, entre otros; son ámbitos y actividades relacionadas con contenidos y objetivos del proyecto formativo del Máster, por lo que valoramos que han constituido un factor complementario al programa desarrollado en el máster. La experiencia adquirida en este espacio de formación práctica pretende ampliar el campo de acción de nuestros alumnos a aspectos relativos, por ejemplo, a la puesta en marcha, mantenimiento y promoción de un negocio, la dinámica de la comunicación publicitaria a través de medios y plataformas virtuales o el funcionamiento de las Organizaciones de consumidores y usuarios y los sistemas de tramitación de quejas y mantenimiento de garantías (por mínimos, cumplimiento de normativa) de los diversos agentes implicados en el intercambio comercial y el consumo, todos ellos aspectos y ámbitos que, desde diversas perspectivas intervienen en nuestro campo de análisis (consumo y comercio).

En relación a la gestión administrativa, es la Oficina de Prácticas de la Facultad de "Comercio y Turismo" la encargada de esta labor. Esta oficina funciona bajo la dirección y supervisión del Vicedecanato de Relaciones Institucionales; cuenta con un funcionario administrativo con dedicación a tiempo completo y un becario.

Además de esta Oficina, como apoyo institucional de la Facultad de "Comercio y Turismo" existe una Comisión de Prácticas en Empresas, formada por profesores con docencia en el centro, cuyas funciones están delimitadas en la Guía de Prácticas aprobada por la Junta de Facultad. Si bien no es una Comisión Delegada de la Junta de Facultad, ésta recibe información sobre su funcionamiento, funciones, intervención y acuerdos.

La Oficina de Prácticas de la Facultad de Comercio y Turismo, responsable de todo el procedimiento administrativo para la realización de las prácticas externas, facilita una Guía de Prácticas a estudiantes. Esta Guía establece el procedimiento para formalizar el 'alta' en GIPE (protocolo informático) y consultar y elegir las empresas u organizaciones con Convenido

firmado con la U.C.M.; también, entre otra información, contiene una guía de 'alta' para empresas.

Entre las funciones de la Oficina de Prácticas podemos destacar las siguientes:

- Establecer relaciones con las empresas
- Preparación de convenios, remisión a empresas y al vicerrectorado para los trámites de firma y registro
- Recepción de ofertas y publicación en la página web
- Coordinación con el COIE para todas aquellas ofertas aplicables a los alumnos del máster y que son gestionadas por el COIE
- Prestar una atención personalizada a los estudiantes. Para ello, tiene prefijado un horario de atención al público de lunes a viernes de 12 a 14 horas
- Comunicación y Coordinación con los profesores tutores de prácticas (académicos y de empresa)
- Gestión de expedientes y calificaciones.

Entre las principales fuentes de información sobre las Prácticas externas para los estudiantes del máster podemos indicar las siguientes:

- Desarrollo de una reunión informativa con todos los alumnos del máster matriculados en las prácticas externas. En dicha reunión se detallan las diversas opciones que tienen para elegir la empresa en la que desean hacer las prácticas y se informa del procedimiento que deben seguir para concretar la práctica.
- Las páginas web de la Facultad de "Comercio y Turismo" y de la Universidad Complutense constituyen otras de las vías de información para el estudiante del máster. En ellas hay un apartado específico, accesible desde la página de inicio, hacia la información específica de 'prácticas en empresas'.
- Adicionalmente, al principio del curso académico, la Facultad organiza una reunión informativa sobre Prácticas en empresas dirigida a todos los estudiantes (Grados y Másteres) en la que se informa sobre los procedimientos de gestión y las distintas posibilidades de convalidación. Posteriormente dicha presentación se publica en la web de la Facultad.

Una de las acciones más relevantes en la tramitación administrativa de la organización de las prácticas es la implementación del sistema informático GIPE (Gestión Integral de Prácticas en Empresas), una aplicación informática que centraliza toda la gestión de las prácticas para todos los implicados: estudiantes, tutores y empresas.

Todos los alumnos matriculados en la asignatura de Prácticas están bajo la tutela de un profesor de la Facultad y la atención de un profesor del propio Máster y de una persona responsable de su formación en la empresa u organización. Ese tutor mantiene como mínimo dos entrevistas con el alumno, una al comienzo y otra al finalizar las Prácticas. Ambos tutores deben evaluar el proceso de práctica y de aprendizaje y la elaboración de la Memoria que el alumno/a debe presentar al final del período de prácticas.

El tutor de la empresa tiene la obligación de cumplimentar una plantilla de explicación de la labor del estudiante en prácticas y de evaluación de su desempeño a lo largo del período de 'Prácticas'. Esta evaluación incluye una valoración numérica, que deberá ser grabada en la plataforma GIPE.

El alumno 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.

En el año académico 2018-2019, nuestros alumnos/as realizaron sus prácticas en empresas relacionadas con los contenidos académicos del máster. Realizaron las prácticas:

- Curriculares: 17
- Extracurriculares: 9

Empresas en las que los alumnos/as del Máster en 'Consumo y Comercio' realizaron Prácticas:

5	
Entidad	Prácticas
China SpainUnited, S.L.	CURRICULARES
Gestión Educativa Consultores, S.L.	CURRICULARES
Airtouch New Media, S.L.	CURRIC+EXTRAC
Avalmadrid, S.G.R.	CURRIC+EXTRAC
AERVIO SOLUTIONS	CURRICULARES
1	
Entidad	Prácticas
Unidad de Igualdad UCM	CURRICULARES
5	
Entidad	Prácticas
El Corte Inglés, S.A.	CURRI+EXTRAC
ClicarsSpain, S.L.	CURRI+EXTRAC
Arrow Enterprise Computing Solutions, S.A.U.	CURRI+EXTRAC
JustEatSpain, S.L.	CUR+EXTRAC+AMP
China SpainUnited, S.L.	CURRI+EXTRAC
6	
Entidad	Prácticas
Arrow Enterprise Computing Solutions, S.A.U.	CUR+EXTRAC+AMP
Gestión Educativa Consultores, S.L.	CURRICULARES

Asia Bole, S.L.	CURRICULARES
Entidad	Prácticas
Consortio Regional de Transportes de Madrid	CURRI+EXTRAC
BestCareer Butler, S.L.	CURRICULARES
Cits V Service (Spain), S.L.	CURRICULARES

Entre las vías de evaluación, por los agentes implicados, de la calidad de las prácticas podemos destacar las siguientes:

- a. Una pregunta de satisfacción en las encuestas de evaluación aplicadas por el Máster.
- b. Un apartado específico de opinión en la Memoria a entregar por el alumno al finalizar el período de 'Prácticas'.
- c. La valoración de los tutores, académico y de empresa, sobre los distintos aspectos que involucra el desarrollo de la práctica.

Los resultados obtenidos en estas diversas fuentes permiten concluir que las prácticas externas en el Máster en Consumo y Comercio han alcanzado con carácter general sus objetivos y hecho posible la ampliación de las competencias académicas y profesionales de sus alumnos. La valoración de las prácticas por nuestros alumnos, recogida de la encuesta interna de evaluación aplicada en el Máster, es altamente positiva para el curso 2018-2019.

En relación a todo el proceso de tramitación de Prácticas, desde el inicio de curso animamos a nuestros alumnos a hacer propuestas y peticiones (buscando adecuación a demanda, en lo posible), con la promesa por parte de la organización del curso de intentar acceder a -en caso de no tenerlo ya- firma de convenio de la Universidad con esas Organizaciones propuestas y/o seleccionadas.

Las evaluaciones en este apartado (Prácticas) por los agentes implicados (estudiantes, tutores de empresa, tutores académicos) son altamente positivas. Aquí sí se recoge la valoración de la práctica totalidad de estudiantes implicados (la forma de recogida, en el proceso de realización de informe y cierre de prácticas facilita esta respuesta). Las respuestas de satisfacción obtenidas del alumnado en prácticas en los distintos indicadores consultados (adquisición y aplicación de conocimientos y competencias, adecuación a contenidos del Máster, compatibilidad temporal y horaria con actividad académica, establecimiento de contactos y redes...) se concentran en las alternativas de respuesta de más alta valoración (con porcentajes entre ochenta y noventa por ciento). Lo mismo ocurre -concentración en las respuestas más valorativas- con las valoraciones de tutores, cuyas respuestas en los *ítems* medidos (en torno a capacidades, implicación, responsabilidad... de las personas en prácticas) giran en torno al noventa por ciento.

Apuntamos, como 'fortaleza' en todo el proceso de atención (información, contactos, búsqueda de adecuación, seguimiento) la implicación de la Oficina de Prácticas de la Facultad de Comercio y Turismo, donde se imparte el Máster.

Fortalezas	Debilidades
<p>F6. Incremento matriculación.</p> <p>F7. Buenos resultados académicos.</p> <p>F8. Desigual valoración de colectivos participantes (hasta donde los datos alcanzan: profesorado, alumnado, otros agentes implicados), por lo que en este apartado de 'fortalezas' destacamos los altos niveles de satisfacción de profesorado y agentes implicados en Prácticas.</p> <p>F10. Buena coordinación entre los diversos Agentes implicados (empresas, organizaciones, profesorado, Oficina de Prácticas). Implicación y satisfacción del alumnado</p>	<p>D6. Baja participación en esta valoración</p> <p>D7. Ausencia de datos que permitan valorar eficacia</p>

6. TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN.

6.1 Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de Evaluación de la Solicitud de Verificación del Título, realizado por la Agencia externa.

En la memoria de seguimiento del curso 17/18 ya fue declarado: Esta recomendación fue atendida y la respuesta remitida en su día fue la siguiente: “Este máster está obligado a cumplir y acatar la normativa general de regulación de las titulaciones de posgrado de la Universidad Complutense de Madrid, que establece que los estudiantes deberán matricular un mínimo de 36 créditos en el primer curso, si su dedicación es a tiempo completo, y un mínimo de 18 créditos, si es a tiempo parcial...” Fue revisado, por parte de la Universidad, este aspecto, y se valoró la inexistencia de la mencionada “inconsistencia” (puesto que existe coherencia y adecuación de contenidos de las asignaturas matriculadas con el número de créditos regulados).

6.2 Se han realizado las acciones necesarias para corregir las Advertencias y las Recomendaciones establecidas en el último Informe de Seguimiento del Título realizado por la Agencia externa.

No procede

6.3 Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el último Informe de Seguimiento del Título, realizado por la Oficina para la Calidad de la UCM, para la mejora del Título.

Se han publicado algunos aspectos que no estaban disponibles en las siguientes categorías: Sistema de garantía de calidad (Mejoras implantadas como consecuencia del despliegue del SGIC).

Se ha realizado un análisis de la efectividad del sistema de coordinación implantado.

Se ha incluido la información sobre el profesorado respecto al porcentaje de doctores y el número de sexenios.

Se ha realizado un análisis más detallado de las encuestas de satisfacción.

A través del vicerrectorado de calidad se ha implantado el procedimiento para conocer el grado de satisfacción de los egresados y su inserción laboral.

Se ha realizado un análisis más detallado de los resultados relativos a la satisfacción de estudiantes y tutores con las prácticas externas.

6.4 Se ha realizado el plan de mejora planteada en la última Memoria de Seguimiento a lo largo del curso a evaluar.

Profesorado y coordinación docente: se realiza un especial esfuerzo en el trabajo de enlace y coordinación con/entre docentes buscando la coherencia de contenidos en la relación de unas y otras asignaturas con el Plan docente general del Máster. Durante el año académico 2018-19, como se ha comentado en el Apartado correspondiente, ha habido un importante porcentaje de nuevas incorporaciones al Equipo docente, lo que ha dificultado la tarea, que sin embargo consideramos ha sido cumplida: el profesorado incorporado la ha facilitado, dada su implicación y compromiso en el curso y quienes tenemos ya cierta permanencia seguimos procurando contacto y coordinación (como ejemplo, algún trabajo a realizar por alumnado implica más de una asignatura).

Confirmamos asimismo el cumplimiento de ‘propuestas de mejora’ comprometidas en anterior Memoria del curso. Es ésta -de nuevo- una tarea de carácter continuado en el tiempo: siempre cabe incorporar nuevos contactos como potenciales espacios de realización de prácticas y buscar su máxima adecuación al Plan del Máster. Ponderamos la importancia que en esta labor tiene el trabajo de la Oficina de Prácticas del centro donde se imparte (Facultad de ‘Comercio y Turismo’) y, con ella, la figura del Delegado de Decanato.

Como se había avanzado, ha sido revisado y actualizado el documento de ‘Directrices’ para realización del TFM con el objetivo de facilitar los primeros pasos de propuesta temática y de tutoría.

La relación con el grupo de alumnos y sus representantes, cabe decir que durante el año académico 2018-19 ha exigido una potenciación del intercambio, la colaboración y participación, dado el proceso evaluador desplegado en los controles para acreditación. También aquí hemos de reconocer y agradecer al alumnado su general buena implicación.

Finalmente, y en relación al seguimiento de la situación laboral de ‘egresados’, como también se comentó en esta misma Memoria (Apartado 5.3) se ha iniciado un esfuerzo, tanto por parte de la Facultad de ‘Comercio y Turismo’ como por el Rectorado, para mantener contacto (tras detectar en intentos anteriores el problema de dificultad de localización) con quienes terminan sus estudios, buscando información tras la obtención del título.

6.5 Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de la Renovación de la Acreditación del título, realizado por la Agencia externa para la mejora del Título.

El informe de la Renovación de la Acreditación se recibió el 10/07/2019. Las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones y modificaciones necesarias se realizarán en el curso 19/20.

Fortalezas	Debilidades
F11. Durante el año académico 2018-19 se desarrolló el exhaustivo proceso de evaluación del Título. Derivado de sus resultados, este Máster ha obtenido la acreditación para su continuidad	

7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

7.1 Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación del Procedimiento de modificación ordinario.

No aplica

7.2 Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación del Procedimiento de modificación abreviado.

No aplica

8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.

El curso de 'Consumo y Comercio' aborda desde una perspectiva abarcadora un objeto de estudio que se presenta cambiante, plural en sus definiciones y formatos, exigente por la necesaria aplicación de enfoques y herramientas metodológicas y técnicas complementarias. Y en relación a esta exigencia, debe destacarse como 'fortaleza' privilegiada la multidisciplinaridad del equipo de profesores del Máster. El Plan de estudios es exigente y abarcador en sus contenidos del Máster y esa pluralidad de perfiles resulta potencialmente muy rica.

Muy vinculado con la anterior, la diversidad de experiencias de trabajo, tanto teórico como de investigación, del equipo docente del Máster. Es un equipo compuesto por profesionales que conocen -por trayectoria, por participación actual- el trabajo de investigación empírica.

Consideramos asimismo positivo el predominio del carácter internacional de los alumnos del Máster. Hoy es un elemento de enriquecimiento; en nuestros ámbitos de trabajo la diversidad de experiencias de origen, de modelos y procesos de consumo y dinámica comercial, de diferenciados 'estilos de vida', hábitos, costumbres o normativas, resultan muy productivos en el aprendizaje (intercambio, contraste, trayectorias confrontadas, similitudes...)

La diversidad de orígenes formativos y territoriales acompaña una heterogeneidad del alumnado en variables como experiencia, área de conocimiento y adscripción académica. Es una pluralidad potencialmente productiva en el proceso formativo compartido, que se materializa cuando es conocida, considerada y estratégicamente orientada por el profesorado.

Destacamos en este apartado de 'fortalezas', y en relación a las Prácticas, las facilidades ofrecidas al alumnado para realizar prácticas en ámbitos propuestos por ellos mismos (potencial complemento a la oferta establecida desde la Universidad: convenios ya establecidos 'universidad-empresa'), lo que convoca su participación e implicación en esta importante área formativa. El envite propositivo busca también una óptima adecuación en la asignación de Prácticas. Se considera la posibilidad de realización de prácticas fuera de Madrid/España, en función de sus opciones (áreas de formación/profesionales, preferencias territoriales).

Dada la importancia de los medios y servicios informáticos, con carácter general en el mundo actual pero con exigencias específicas en algunas asignaturas y apartados del plan del curso, una evidente ayuda supone la profesionalidad, adecuación y disponibilidad de los responsables del área de informática (cuidada, exquisita, atención a profesorado y alumnado) de la Facultad de Comercio y Turismo, donde se imparte el Máster. Destacamos este 'valor' dado el papel necesario de este servicio.

También en relación a servicios prestados en esta Facultad que resultan imprescindibles para la buena marcha del proceso de formación, subrayamos el papel activo e implicado de la Oficina de Prácticas de la Facultad de Comercio y Turismo, encargada de todo el proceso de difusión, tramitación, atención y coordinación entre el ámbito empresarial y organizativo y el alumnado solicitante.

Otro espacio de suma importancia, los servicios administrativos de atención a estudiantes, cuya gestión administrativa, en la Facultad de Comercio y Turismo, está centralizada con la designación de una persona de secretaría para atender de forma específica las acciones administrativas relacionadas con los cursos Máster.

Memoria anual de seguimiento del MÁSTER UNIVERSITARIO EN CONSUMO Y COMERCIO
FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

	FORTALEZAS	Análisis de la fortaleza*	Acciones para el mantenimiento de las fortalezas
<u>Estructura y funcionamiento del SGIC</u>	F1. Implicación de los agentes intervinientes en la aplicación y seguimiento del plan de estudios del máster: comisión de calidad, equipo docente, otros servicios (informática, prácticas externas)	Apartados 1, 2	Continuar la práctica de una comunicación fluida y colaborativa parece acción fundamental para la buena marcha del trabajo cotidiano de desarrollo del curso. Se mantendrán los encuentros periódicos y se potenciará la participación en ellos
<u>Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación</u>	F2. Buen funcionamiento de comisión de coordinación y de implicación de miembros del equipo docente. F3. Participación de Equipo docente en las reuniones convocadas (espacio formal de intercambio) pero también en el 'día a día' del despliegue del curso	Apartado 2	Trabajo de comunicación y coordinación conducente a potenciar implicación y colaboración del profesorado. Hay que tener en cuenta el cambio de titulares en algunas asignaturas, a pesar del intento de mantenimiento y continuidad del equipo docente (situaciones de 'año sabático', movilidad de profesorado asociado, son algunas de las circunstancias explicativas)
<u>Personal académico</u>	F4. Interdisciplinariedad. Profesionalidad y experiencia. Implicación en el curso	Apartado 3	Aplicación de esas profesionalidad y experiencia en las tareas docentes del Máster
<u>Sistema de quejas y sugerencias</u>	F5. Multiplicidad de canales para expresar potencial diversidad de quejas y/o sugerencias	Apartado 4	Facilitar expresión de valoración crítica del curso... hemos considerado, a la vista de la escasa participación en Encuesta de satisfacción y de sus resultados poco matizados, la conveniencia de incrementar un intercambio comunicativo más fluido y facilitador
<u>Indicadores de resultados</u>	F6. Incremento matriculación. F7. Buenos resultados académicos.	Apartado 5.1	Proximidad y seguimiento de situaciones y casos particulares que puedan ayudar un mejor aprovechamiento académico
<u>Satisfacción de los diferentes colectivos</u>	F8. Desigual valoración de colectivos participantes (hasta donde los datos alcanzan: profesorado, alumnado, otros agentes implicados), por lo que en este apartado de 'fortalezas' destacamos los altos niveles de satisfacción de profesorado y agentes implicados en Prácticas	Apartado 5.2	Potenciar mayor participación y despliegue motivacional en la manifestación de valoraciones de satisfacción (que, obviamente, incluye quejas, demandas, sugerencias)
<u>Inserción laboral</u>	F9. Sin datos relevantes... pero alguna referencia interesante de utilidad y aplicabilidad entre alumnado profesionalizado		Establecimiento de varios programas de recogida de información (Facultad y Rectorado) que permitirá obtener información para este apartado
<u>Programas de movilidad</u>			

Memoria anual de seguimiento del MÁSTER UNIVERSITARIO EN CONSUMO Y COMERCIO
FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

<u>Prácticas externas</u>	F10. Buena coordinación entre los diversos Agentes implicados (empresas, organizaciones, profesorado, Oficina de Prácticas). Implicación y satisfacción del alumnado	Apartado 5.5	Continuar, si es posible incrementar, coordinación con entidades implicadas. Búsqueda (ésta no acaba nunca) de adecuación de prácticas a contenidos formativos del curso
<u>Informes de verificación, Seguimiento y Renovación de la Acreditación</u>	F11. Durante el año académico 2018-19 se desarrolló el exhaustivo proceso de evaluación del Título. Derivado de sus resultados, este Máster ha obtenido la acreditación para su continuidad		Continuación del esfuerzo de consolidación y mejora de la oferta formativa del Máster

9. RELACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES DEL TÍTULO Y PROPUESTA DE MEJORA

9.1 Relación de los puntos débiles o problemas encontrados en el proceso de implantación del título, elementos del sistema de información del SGIC que ha permitido su identificación y análisis de las causas.

- Un problema resulta la imprevisibilidad en relación a la composición del equipo docente y su posible 'movilidad' de uno a otro año... La coordinación del curso no tiene potestad para intervenir en un asunto que depende de la distribución docente por Departamentos; en ocasiones esto conlleva limitaciones en la información, modificaciones o ajustes inesperados
- Dificultad de transmisión al alumnado de la lógica complementaria de los diversos apartados del Plan de estudios; también, en parte, de su aplicabilidad en términos de utilidad en el *mercado de trabajo*
- Condicionantes y limitaciones en la tramitación de propuestas de TFM, en relación a fijación de tutores y correcta difusión de organización de contenidos entre el alumnado
- Sigue siendo muy baja la participación del profesorado en las encuestas de valoración

9.2 Propuesta del nuevo Plan de acciones y medidas de mejora a desarrollar

En coherencia con lo señalado anteriormente, el plan de mejora se centra fundamentalmente en aspectos que se consideran ejes centrales de desarrollo del máster:

Profesorado y coordinación de la docencia: parece importante que todo el equipo conozca e inscriba su labor docente en el plan formativo del máster. En este sentido hay que potenciar el intercambio de información sobre contenidos de las diversas asignaturas, procedimientos docentes, dinámica y organización de clases, formatos y orientaciones de evaluación.

En relación al TFM se constata la dificultad por parte del alumnado de *comprender* -entender, atender- esta tarea desde el inicio de curso. Se ha realizado durante el curso 2018-19 un ajuste de contenidos del documento de Directrices de elaboración, destinado a informar a los alumnos del protocolo de elaboración y presentación, sin embargo, se detecta la falta de atención a estos documentos complementarios. Se insistirá, en la medida de lo posible, en hacer más fluida y clara la información respecto a esta tarea desde el inicio de curso (protocolos, ámbitos y procedimiento de trabajo, fomento en su caso de trabajos conjuntos...)

Como se ha comentado, no se ha podido hasta el momento testar la eficacia del curso en términos de su utilidad en el acceso al mundo laboral. Hemos apuntado asimismo algunas iniciativas destinadas a acceder a esta información, abordadas tanto desde la Facultad de Comercio y Turismo como desde el Rectorado.

Memoria anual de seguimiento del MÁSTER UNIVERSITARIO EN CONSUMO Y COMERCIO
FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

PLAN DE MEJORA	Puntos débiles	Causas	Acciones de mejora	Indicador de resultados	Responsable de su ejecución	Fecha de realización	Realizado/ En proceso/ No realizado
Estructura y funcionamiento del SGIC	D1. Aunque en aumento, no cobertura de plazas ofertadas	Limitaciones en proceso de difusión/captación de la propuesta formativa	Incremento y mejora- adecuación de difusión	Aumento de tasa de matriculación	Organismos implicados (Rectorado, Centros, coordinación máster)	Continua	En proceso
Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación	D2. Dificultades para materializar todas las propuestas de mejora	Pluralidad y complejidad de ámbitos de atención	Mantener atención e implicación; organización y ponderación de tareas	Ponderar y procurar hacer más eficaz la comunicación entre el profesorado	Comisión de coordinación	Continua	En proceso
Personal Académico	D3. Falta de participación en algunos ámbitos D4. Falta de continuidad (movilidad de profesorado)	Saturación de tareas, falta de medios	Facilitación (en la medida de lo posible: ajuste de tiempos, promoción de eficacia) para una mayor participación		Organismos implicados (Rectorado, coordinación máster)	Continua	En proceso (siempre renovado)
Sistema de quejas y sugerencias	D5. Bajo conocimiento de protocolos específicos y formalizados	(imprecisas; apuntamos cierta resistencia a su formalización)	Implicación de todos los agentes y espacios intervinientes (comunicación tanto 'formalizada' como 'abierta o espontánea')		Todos los agentes y espacios intervinientes	Continua	
Indicadores de resultados							
Satisfacción de los diferentes colectivos	D6. Baja participación en esta valoración	Detectamos cierto escepticismo ante la multiplicidad y formato de las indagaciones	Ponderación del interés de participar (aún de forma crítica)	Evidentes bajos niveles de respuesta	Comisión de coordinación y claustro profesores	Continua	En proceso
Inserción laboral	D7. Ausencia de datos que permitan valorar eficacia	Complejidad de la tarea de seguimiento, una vez finalizado el curso	Prevista intervención indagatoria desde Facultad y Rectorado	Se espera eficacia de las medidas de consulta	Facultad, Rectorado, Coordinación	Continua	En proceso

Memoria anual de seguimiento del MÁSTER UNIVERSITARIO EN CONSUMO Y COMERCIO
FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

<u>Programas de movilidad</u>							
<u>Prácticas externas</u>			Seguimiento de todo el proceso y búsqueda de máxima adecuación y aprovechamiento	Utilidad y nivel de satisfacción de alumnado	Delegación de decanato para prácticas, Oficina de Prácticas, coordinación del curso	Continua	En proceso
<u>Informes de verificación, seguimiento y renovación de la acreditación</u>							

MEMORIA APROBADA POR LA COMISIÓN PERMANENTE DE LA FACULTAD DE
COMERCIO Y TURISMO CELEBRADA EL 14 de noviembre de 2019