



**VICERRECTORADO DE CALIDAD**

| RUCT    | MEMORIA ANUAL DE SEGUIMIENTO                 |
|---------|----------------------------------------------|
| 4313955 | MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMERCIO ELECTRÓNICO |

| 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             | 2013-14                      | SI                 | NO                     |

| ÚLTIMA EVALUACIÓN DE LA AGENCIA EXTERNA |                       |                     |              |
|-----------------------------------------|-----------------------|---------------------|--------------|
| Verifica                                | Modificación Verifica | Seguimiento externo | Acreditación |
| 23/05/2013                              | 08/05/2019            | Fundación Madri+d   | 21/12/2017   |

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> .....                           | 6  |
| 3. <u>ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO</u> .....                                                                                     | 8  |
| 4. <u>ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS</u> .....                                                                 | 10 |
| 5. <u>INDICADORES DE RESULTADO</u> .....                                                                                            | 11 |
| 6. <u>TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN</u> ..... | 19 |
| 7. <u>MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS</u> .....                                                                                   | 23 |
| 8. <u>RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO</u> .....                                                                    | 25 |
| 9. <u>RELACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES DEL TÍTULO Y PROPUESTA DE MEJORA</u> .....                                                     | 28 |

## INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO

### Aspectos a valorar:

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). Este Centro garantiza la validez de la información pública disponible.
2. Esta información está actualizada y su estructura permite un fácil acceso a la misma.
3. La información presentada se adecua a lo expresado en la memoria verificada del Título.

**URL:** <https://www.ucm.es/muce>

## 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 relación nominal de la composición de la Comisión de Calidad actualizada se encuentra publicada en la web de la Facultad:

[https://comercioyturismo.ucm.es/data/cont/docs/31-2019-01-11-RELAC%C3%93N%20NOMINAL%20DE%20LOS%20RESPONSABLES%20DEL%20SGIC%20\(1\).pdf](https://comercioyturismo.ucm.es/data/cont/docs/31-2019-01-11-RELAC%C3%93N%20NOMINAL%20DE%20LOS%20RESPONSABLES%20DEL%20SGIC%20(1).pdf)

A lo largo del curso 18-19, la única modificación respecto a la Comisión inicial se debe al acuerdo de la junta de Facultad de 24 de enero de 2019, donde se aprobó el nombramiento de Adolfo Millán Aguilar como Coordinador del Máster en Comercio Electrónico, tras la renuncia de Pedro López por lo que este último fue baja en su condición de invitado. El profesor Adolfo Millán ya era miembro de la Junta de pleno derecho en representación del PDI.

**1.2.- Normas de funcionamiento y sistema de toma de decisiones.** Toda la información sobre las normas de funcionamiento se encuentra publicada en la web de la Facultad:

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

En general, las diferentes comisiones han realizado una gran labor durante el curso 2018-2019 y su actuación ha resultado extremadamente útil para garantizar el correcto desarrollo de los diferentes títulos de la facultad y en particular del Máster en Comercio Electrónico que nos ocupa. Sus reuniones, tanto las oficiales como las informales, han permitido ir solventando las diferentes problemáticas surgidas durante el curso, que afortunadamente no han sido de gran entidad. Las decisiones se han tomado prácticamente siempre de forma consensuada tras la exposición de las opiniones de los miembros que, en su caso, han querido expresarlas. Además, la Comisión de Calidad ha sido útil para informar a los coordinadores de los diferentes títulos de todas las novedades provenientes del Rectorado de la UCM que pudieran tener repercusión sobre aquéllos.

Tanto por el sistema de comunicación y toma de decisiones, como por su funcionamiento y resultados, cabe considerar que la efectividad del SGIC es adecuada.

#### **1.3.- Periodicidad de las reuniones y acciones emprendidas.**

Este apartado se va a abordar de dos formas:

- a) Las actuaciones generales de funcionamiento de la Comisión que afecta a la Facultad y sus titulaciones en general.
  - b) Actuaciones específicas que afectan al Máster en Comercio Electrónico.
- a) Las actuaciones generales de funcionamiento de la Comisión**

La Comisión se ha reunido en cuatro ocasiones en sesión ordinaria durante el periodo de referencia y en las siguientes fechas:

- 28/11/2018
- 22/01/2019
- 27/03/2019
- 01/07/2019

Todas sus reuniones siguen el mismo orden del día, que se inicia con la aprobación por unanimidad del acta de la sesión anterior.

A continuación, y en el siguiente punto del orden del día la presidenta hace su informe en el que da cuenta de las distintas actuaciones referentes al sistema de calidad de la Facultad entre las que están:

1. Novedades referentes a las decisiones de la Comisión Académica del Consejo de Gobierno respecto de las titulaciones que se imparten en la facultad, la aprobación de las modificaciones de las titulaciones y las respuestas dadas a los requerimientos de la Comisión respecto del informe de la Fundación Madri+d.
2. Informa sobre el estado de la renovación de las acreditaciones de algunas titulaciones y el contenido de la evaluación, sometiendo a consideración de la comisión los distintos aspectos del informe para adoptar la estrategia de mejora.
3. La aplicación del plan de mejora propuesto en la renovación de los grados, así como del estado de los distintos trámites referentes a la renovación de acreditaciones y de los resultados de las visitas de la Fundación Madri+d.
4. Contenido de los informes de nuestras instituciones evaluadoras respecto de nuestras titulaciones, y las alegaciones o subsanaciones emitidas. Estos informes se suelen debatir en el seno de la Comisión, que adopta la estrategia necesaria.
5. La implantación de la norma ISO9001 y la obtención de sello Q de Calidad Turística, y los diferentes procesos que ello implica durante su desarrollo.
6. Los cambios en los cargos de coordinación de las titulaciones.

En los sucesivos puntos del orden del día se plantea la aprobación por parte de la comisión y de la toma de decisiones en relación a distintas medidas relativas a las titulaciones entre las que están:

1. La aprobación de las modificaciones en las memorias verificadas de las titulaciones impartidas en el centro y relativas a los planes de mejora de titulaciones; así como de los auto informes de seguimiento, o las memorias de seguimiento.
2. El cambio de nombre de algunas asignaturas para que refleje más claramente el contenido de las mismas, sin afectar a ninguno de sus contenidos, y su paso para la aprobación definitiva por la Junta de Facultad, y posteriormente a Consejo de Gobierno.
3. También se acuerdan aspectos académicos de las titulaciones como las directrices de los TFG, requisitos relativos al desarrollo y matriculación de las Prácticas externas y otras cuestiones de organización académica comunes a todas las titulaciones.
4. La comisión también es informada en estos puntos de medidas que se han tomado en algunas titulaciones relativas a la calidad, como la implantación de una guía de calidad destinada a alumnos, y su presentación en una sesión de orientación para alumnos.

Como último punto se establece un turno de ruegos y preguntas en el que los miembros de la Comisión exponen cuestiones referentes al funcionamiento de la comisión, o se da cuenta de

otras iniciativas docentes que están llevando a cabo con el objetivo de mejorar la calidad por parte de algunas titulaciones.

b) Actuaciones específicas que afectan al Máster en Comercio Electrónico.

Reunión 28/11/2018

- Aprobación de las modificaciones en la Memoria Verificada. Aunque dicha modificación fue aprobada en su día por la Junta de Facultad para incluirlas en el Plan de Mejora de la acreditación. Se han actualizado las normas de permanencia, reconocimiento de créditos y responsables de la titulación
- Aprobación del autoinforme de seguimiento del Máster.

Reunión 22/01/2019

- Se informa de la aprobación por la Comisión Académica del Rectorado de modificaciones en los siguientes aspectos
  - ✓ Actualizar los criterios de selección de candidatos.
  - ✓ Actualizar enlaces a la normativa de permanencia.
  - ✓ Actualizar enlaces a la normativa de reconocimiento de créditos por experiencia profesional en prácticas externas.
- Se informa de dos novedades implantadas en el Máster que pueden ser de interés:
  - ✓ Elaboración de una guía del sistema de calidad para los alumnos, que incluye información sobre las evaluaciones docentes (Programa Docencia), las encuestas de satisfacción, procedimientos existentes para interponer sugerencias o quejas...
  - ✓ Sesión de orientación para alumnos sobre Calidad.

Ambas medidas tienen mucha aceptación entre los asistentes y recomienda su extensión a todos los alumnos de la Facultad.

- Se informa del cese del profesor Pedro López como coordinador del Máster y se presenta al profesor Adolfo Millán, miembro permanente de la Comisión como nuevo coordinador.

Reunión de 27/03/2019

El coordinador del Máster propuso y fue aprobado por unanimidad el cambio de denominación de dos asignaturas del Máster en Comercio Electrónico para que se refleje más adecuadamente la realidad de las mismas, adecuar el nombre a la situación actual del comercio electrónico, y también eliminar una repetición aparente en la lista de asignaturas que componen el Máster, que podía inducir a error.

En el cambio se ha mantenido y se cumplen las competencias incluidas en la memoria verificada de dichas asignaturas. En la misma línea, desde Rectorado se informó que, al cambiar sólo el nombre de las asignaturas, no supone una modificación sustancial (carga docente, módulo/materia, contenidos...) de las mismas y por tanto tampoco ponen objeción al cambio.

Los cambios propuestos fueron:

| Asignatura anterior                                         | Asignatura nueva<br>(español)         | Asignatura nueva<br>(inglés)    |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|
| Desarrollo de aplicaciones web en el Comercio Electrónico   | Software Corporativo                  | Corporate Software              |
| Software Corporativo y Seguridad en el Comercio Electrónico | Posicionamiento y Seguridad en la Web | Positioning and Security in Web |

Además, se analizó el informe provisional de la memoria de seguimiento del Rectorado, que afectaba al Máster. Se detectaban limitaciones en la forma de revisión y su falta de visión global, los defectos en la plantilla de evaluación y la inclusión de juicios de valor, no procedentes en informes de estas características. Se planteó como alternativa una respuesta razonada a las observaciones y la solicitud de la eliminación de los comentarios problemáticos.

#### Reunión de 01/07/2019

Se informa sobre la aprobación definitiva de las modificaciones de la Memoria Verificada del Máster, propuestas en la reunión anterior.

Tras el análisis expuesto, se puede afirmar que el funcionamiento del SGIC de la Facultad funciona adecuadamente y es efectivo, ya que permite detectar aquellos problemas relevantes de las titulaciones, ya que, además, hace que fluya la comunicación entre decanato y coordinadores de las titulaciones y, por lo tanto, la toma de decisiones concluye en una mejora en su ámbito de competencia.

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

El mecanismo de coordinación central son las reuniones de coordinación del claustro de profesores. Durante el curso 2018-2019 se llevaron a cabo dos reuniones de coordinación para el conjunto del claustro del Máster. A continuación, se indica la fecha de las mismas, los temas tratados en ellas, así como los problemas analizados, acciones de mejora, y acuerdos adoptados.

#### Reunión Claustro profesores 26/02/2019.

- Se presentó el nuevo coordinador del Máster, profesor Adolfo Millán que agradeció al anterior coordinador profesor Pedro López el esfuerzo realizado por impulsarlo, pues ha realizado un cambio cualitativo muy importante en su difusión, engarce con el entorno social vinculado con el máster y dinamizar su actividad interna.
- Se informa del proceso en marcha de selección de alumnos, operación dirigida desde el Vicerrectorado de alumnos y que va a constar de tres fases enero-marzo, mayo-junio y julio-septiembre. Se debate la posibilidad de incertidumbre en la incorporación de los alumnos de la última fase una vez iniciado el máster, lo que se acuerda transmitir al Decanato para su gestión en el Vicerrectorado.
- Se informa del nuevo proyecto de TFM, el simulador de juego de empresas SIMBRAD contratado con WinToWin y se exponen las líneas maestras de funcionamiento: formación a tutores y alumnos, organización del trabajo en grupo y formas de evaluación. Se delega en el coordinador del máster la organización de la actividad y la toma de decisiones operativas.
- Se debaten ciertas cuestiones planteadas verbalmente por los alumnos sobre el funcionamiento del curso:
  - a) Quejas sobre sobrecarga de horarios. El alumno se queja de una sobrecarga horario por concentración de docencia en la primera parte del curso. Se va a realizar un replanteamiento en función de la modificación del % de presencialidad del crédito. En concreto, para el curso 19-20 se va a intentar acortar la docencia diaria y alargar alguna semana más el bimestre, para conseguir una distribución más holgada de la titulación. (NOTA: puesta en marcha en el curso 19-20).
  - b) Las asignaturas de Marketing, en general, están poco vinculadas con el perfil de la titulación. La profesora Blasco como coordinadora va a abordar esta cuestión en su departamento y se plantea la introducción de un profesorado más afín al contexto del marketing digital. (NOTA: Se han introducido modificaciones en el profesorado de Marketing para el curso 19-20).

- c) Se plantea un exceso de profundidad en las asignaturas de informática, excesiva para la titulación. La profesora González del Campo va a presentar unas sugerencias de revisión de contenidos de alguna asignatura que servirá como base de trabajo para la coordinación con el resto. (Nota: esta propuesta se canalizó oportunamente y se ha puesto en marcha en el curso 19-20)

#### Reunión Claustro profesores 27/06/2019

- **Análisis del funcionamiento del simulador o juego de empresas en el TFM**  
Se debate el tema entre los asistentes mostrando en líneas generales alta satisfacción por los resultados académicos obtenidos, el esfuerzo realizado por los alumnos y su satisfacción en general tras un intercambio de impresiones verbales entre ellos y los tutores a lo largo del trabajo.  
Se plantea la necesidad de realizar un monográfico extenso sobre el tema en septiembre pues hay que introducir algunas mejoras, en concreto el marco general de trabajo final y el funcionamiento de los equipos. (NOTA: se ha convocado una reunión para hablar de este tema en noviembre del 2019)
- **Oferta de la biblioteca para formación de alumnos en gestión de bibliografía y bases de datos**  
Desde la biblioteca se ha ofertado la posibilidad de organizar un curso de gestión de bases de datos para el alumnado del máster durante el curso 19-20. Se plantea la oportunidad de realizar la actividad de forma conjunta con los otros másteres del centro y que el coordinador plantee las oportunas negociaciones (NOTA: se ha mantenido una reunión de la comisión de biblioteca para organizar este tema en septiembre de 2019)
- **Selección de alumnos en el curso 19-20**  
El coordinador plantea la situación del proceso de selección y destaca el filtrado que ha realizado el rectorado respecto a la documentación presentada de cara a la facilitar el proceso selectivo y las mejoras introducidas en la aplicación. Aunque en principio con las solicitudes se cubre el máster, las anulaciones de matrículas pueden dificultar esta circunstancia. Se debaten los criterios de valoración del curriculum vitae con una valoración en función de la nota media y una vez obtenida se introducen tres factores correctores: 1 para títulos preferentes (por ejemplo, Comercio), 0,5 para títulos complementarios (por ejemplo, Derecho) y 0 para títulos no relacionados (por ejemplo, Filología)
- **Calendario 19-20. Avance de actuaciones**  
Se comenta el calendario para el curso 19-20 donde terminan las clases a primeros de marzo para enlazar con el juego de empresas. Se debate si es necesario fijar unas fechas de exámenes cerradas tanto ordinarios como extraordinarios y se establece que se fijarán unas consultas para este tema y evaluar la necesidad de un calendario cerrado o dejarlo abierto como ahora, dado que muchos profesores no realizan exámenes como sistema de evaluación sino trabajos de grupo con defensa oral de resultados, lo que hace innecesario el examen.  
Se comenta fijar a principio de curso el calendario de funcionamiento del juego de empresas para el curso 19-20 con la fecha del TFM  
Adicionalmente, también existe la Comisión Académica de la titulación para abordar cuestiones de funcionamiento académico interno que afecten a cuestiones docentes. Este curso no ha tenido mucho funcionamiento pues los TFM no han planteado los problemas del curso 2017-2018 y solo ha tenido una reunión el 6/03/2019 y ciertos temas de su competencia se abordaron directamente en la reunión de profesores del 27/06/2019

Reunión Comisión Académica del 6/03/2019

Esta reunión fue una Comisión Académica ampliada a todos los profesores que se ofrecieron voluntarios para tutelar TFM por la modalidad de Juego de Empresas. En este sentido, se informó del contenido del juego y se debatió la organización del mismo. Los acuerdos tomados fueron los siguientes

- Aprobar las reglas de funcionamiento de esta modalidad de TFM
- Cerrar la lista de tutores de TFM para todas las modalidades incluyendo el juego de empresas
- Convocar una reunión de tutores para el día 18, al objeto de participar en una acción formativa del juego que facilite el tutelaje.

Por lo que se deduce de las cuestiones tratadas y acuerdos adoptados en las reuniones de coordinación y en las reuniones de la Comisión Académica del Máster, la organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación del título son excelentes. La Comisión Académica realiza la toma de decisiones operativa del Máster, actuando de manera ágil y coordinada con los Vicedecanatos que lo requieren u otros órganos de la UCM, como la Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo. En sus reuniones se han podido recibir sugerencias de mejora de la calidad del título, que posteriormente se han transmitido y valorado de forma mayoritaria en las reuniones de coordinación con todo el profesorado. Como ejemplo cabe señalar

a) La modificación de la denominación de las asignaturas de informática con encaje de contenidos respetando la memoria de verificación.

b) Organización de Juego de Empresas con un simulador, desarrollando la alternativa plantea en la memoria verificada para tipología de TFM

Tras el análisis expuesto, se puede afirmar que el funcionamiento del sistema de coordinación de la titulación funciona adecuadamente y es efectivo ya que, permite detectar sus problemas relevantes, y esto hace que fluya la comunicación entre la coordinación, profesores y alumnos y la toma de medidas de mejora en su ámbito de competencia

| Fortalezas                                                                                   | Debilidades |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| F1. Excelente funcionamiento de la Comisión Académica del Máster y reuniones de coordinación |             |

**3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO**

De acuerdo con los datos proporcionados por el Centro de Inteligencia Institucional de la UCM, a través del Sistema Integrado de Datos Institucionales (SIDI), la estructura del personal académico del título muestra que un 21% es funcionario, y el 79% están contratados en régimen laboral. De este 79%, un 41,7% son Profesores Asociados, especialistas de reconocida competencia en la materia para la que son contratados. Estos imparten docencia relacionada con su actividad profesional.

**ESTRUCTURA DEL PERSONAL ACADÉMICO DEL TÍTULO**

| Categoría                            | Personas | % de Personas | Créditos Impartidos | % de Créditos Impartidos | Sexenios |
|--------------------------------------|----------|---------------|---------------------|--------------------------|----------|
| Asociado                             | 10       | 41,7%         | 24,80               | 43,5%                    | 0        |
| Ayudante Doctor                      | 2        | 8,3%          | 5,55                | 9,7%                     | 0        |
| Catedrático de Escuela Universitaria | 2        | 8,3%          | 4,50                | 7,9%                     | 0        |
| Colaborador                          | 2        | 8,3%          | 7,90                | 13,9%                    | 1        |
| Contratado Doctor                    | 2        | 8,3%          | 3,10                | 5,4%                     | 2        |
| Contratado Doctor Interino           | 2        | 8,3%          | 0,60                | 1,1%                     | 0        |
| Titular de Universidad               | 3        | 12,5%         | 6,25                | 11,0%                    | 3        |
| Titular de Universidad Interino      | 1        | 4,2%          | 4,30                | 7,5%                     | 0        |

En total, el 43,5% de los créditos del Máster en Comercio Electrónico se imparten por profesionales especialistas, lo que resulta altamente apropiado para un título de carácter profesionalizante.

El 56,5% restante de los créditos del título se imparte por profesores con dedicación exclusiva a la Universidad, con figuras contractuales que exigen el grado de doctor y competencia investigadora por su previa acreditación. A pesar de tratarse de un título que no se orienta necesariamente hacia la vertiente investigadora, la estructura del personal académico del Máster en Comercio Electrónico reúne 6 sexenios de investigación.

En cuanto a la solicitud de participación, por parte del profesorado del título, en el Programa Docencia, en los cursos 2017-2018 y 2018-2019 se ha estancado en un 50% desde del máximo histórico del 73,33% alcanzado en el curso 2016-2017 (indicador IUCM-6). Cabe considerar la tasa de participación como satisfactoria, y aunque puede ser mejorable presenta dificultades por el alto nivel de profesores asociados en la titulación.

Además, durante el curso 2018-2019 la totalidad del profesorado participante ha podido completar su evaluación (indicador IUCM-7). La participación de los estudiantes en las encuestas resulta fundamental para completar la evaluación en este caso. Consideramos esta tasa como muy satisfactoria y señal de buen encaje con el alumno para incentivar su participación. Adicionalmente, con los datos disponibles, el 100% del profesorado que completó el proceso de evaluación en el curso 2018-2019 lo hizo de forma positiva, tal y como venía sucediendo en los todos los cursos anteriores (indicador IUCM-8).

|                                                                             | Curso de acreditación 2015/16 | 1º curso de seguimiento 2016/17 | 2º curso de seguimiento 2017/18 | 3º curso de seguimiento 2018/19 |
|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| <b>IUCM-6</b><br>Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente | 26,67%                        | 73,33%                          | 50%                             | 50%                             |
| <b>IUCM-7</b><br>Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente  | 13,33%                        | 33,33%                          | 18,75%                          | 50%                             |
| <b>IUCM-8</b><br>Tasa de evaluaciones positivas del profesorado             | 100%                          | 100%                            | 100%                            | 100%                            |

Proyectos de Innovación

Durante el curso 2018-2019 el profesor López Sáez participó en el proyecto nº 250 titulado "La gamificación como metodología docente en el aprendizaje de la Economía y Dirección de empresas".

Hay que añadir durante el curso 18-19, algunos profesores del Máster han participado en solicitudes de proyectos de innovación. Se les ha concedido dos proyectos de innovación para su desarrollo en el curso 2019-2020.

a) Proyecto de centro para la elaboración de una guía de calidad para los alumnos del centro, que incluye plantear soluciones para mejorar el grado de participación de los alumnos en las encuestas de satisfacción que cuenta con la participación del profesor Pedro López

b) Proyecto de estudio del juego de empresas como alternativa al TFM y TFG convencional dirigido por el profesor Adolfo Millán y que cuenta con la participación de diversos profesores del Máster: Rafael Aguilera Montañez; Jose Blanco Alonso; Ramon Alberto Carrasco González; Jorge Gallego Martínez-Alcocer; Jose Ramón González García y María Herranz Arcones.

| Fortalezas                                      | Debilidades                                                 |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| F2. Docencia de profesores asociados.           | D1. 50% de profesores con una evaluación docente completada |
| F3. 100% evaluaciones positivas del profesorado |                                                             |

#### 4. ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS

El sistema de quejas y sugerencias se articula a través de cuatro cauces:

- Verbalmente o por correo electrónico ante el coordinador del Máster. Suelen ser en su mayoría cuestiones de carácter operativo, relativas a actividades docentes o de extensión principalmente (recuperaciones de clases, cambios en horarios, etc.). Se tratan de manera rápida y ágil, salvo que por su naturaleza requieran de la intervención de otro órgano específico (por ejemplo, la Comisión Académica del Máster, alguna Dirección de Departamento, Vicedecanatos...). En estos casos, el coordinador recomienda utilizar el resto de cauces, facilitando a la persona que la plantea el contacto necesario (revisión de exámenes y calificaciones, sugerencias sobre modificación de contenidos y sistemas de evaluación...).
- A través de un sistema electrónico disponible tanto en la página web del Máster como en la de la Facultad de Comercio y Turismo (<https://comercioyturismo.ucm.es/sugerencia-y-quejas>).
- Por escrito, presentadas en la Secretaría de Alumnos. Suponen un porcentaje pequeño de las presentadas y se refieren generalmente a temas que afectan a todo el centro, como por ejemplo las aulas informáticas. Dichas reclamaciones se gestionan directamente a través de la Vicedecana de Alumnos y se responde por escrito a quien las realiza.
- Directamente ante el Decanato o Vicedecanato competente. En este caso se gestionan dando respuesta al alumno, si es posible, o enviándolas al Departamento al que pertenece el profesor para su resolución, principalmente cuando el alumno no está de acuerdo con la calificación recibida en alguna asignatura. Por ejemplo, en el caso de disconformidad con calificaciones de TFM se ha puesto en marcha la Comisión de Reclamaciones de la Facultad. Tanto este cauce como los dos anteriores pueden tener una resolución más o menos dilatada dependiendo de la complejidad que tenga la cuestión a tratar, y de los organismos implicados que requieran consulta y participación en la respuesta.

En todo caso, los alumnos son poco propensos a utilizar los cauces más formales del sistema de quejas y reclamaciones y generalmente evitan formalizar las quejas y sugerencias, a pesar del esfuerzo realizado en mejorar su difusión. Según los datos de la encuesta de satisfacción de estudiantes, en el curso 2017-2018 el 90% de los encuestados declara no conocer los canales de quejas y sugerencias, dato que ha pasado al 71,5 % en, y sólo el 28% reconoce haber realizado alguna, a pesar de que el sistema de difusión es común para todos ellos a través de información directa en clase y página web.

En cualquier caso, el alumnado prefiere canales más inmediatos e informales, quizá por comodidad (el alumnado no es muy proclive a escribir), inmediatez (quiere transmitir la idea sobre la marcha y la escritura formal conlleva un diferimiento) y la facilidad en el acceso a los coordinadores (son profesores del Máster, por lo que su acceso persona es inmediato en clase o tutorías). Ello se confirma con la cantidad de correos recibidos y contestados por los coordinadores a lo largo del curso y conversaciones personales sobre temas concretos de calado como las asignaturas informáticas o los horarios que se incluyeron en las reuniones de coordinación y se han tomado actuaciones al respecto tal y como se indicó anteriormente y no se tramitaron formalmente.

A pesar de los datos sobre el escaso uso del sistema formal de quejas y sugerencias, consideramos que el sistema es correcto, ofrece las adecuadas garantías, y funciona correctamente, por lo que no parece necesario introducir modificación alguna en el mismo. El adecuado funcionamiento del sistema de quejas y sugerencias queda demostrado en las comunicaciones realizadas a todas las personas que han hecho uso del mismo, y las medidas adoptadas a los temas propuestos

| Fortalezas | Debilidades                                                         |
|------------|---------------------------------------------------------------------|
|            | D2. El alumnado declara bajo conocimiento y utilización del sistema |

## 5. INDICADORES DE RESULTADO

**5.1 Indicadores académicos y análisis de los mismos****INDICADORES DE RESULTADOS**

| <b>*ICM- Indicadores de la Comunidad de Madrid<br/>*IUCM- Indicadores de la Universidad Complutense de Madrid</b> | <b>Curso de acreditación<br/>2015/16</b> | <b>1º curso de seguimiento<br/>2016/17</b> | <b>2º curso de seguimiento<br/>2017/18</b> | <b>3 curso de seguimiento<br/>2018/19</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------|
| <b>ICM-1<br/>Plazas de nuevo ingreso ofertadas</b>                                                                | <b>35</b>                                | <b>35</b>                                  | <b>35</b>                                  | <b>35</b>                                 |
| <b>ICM-2<br/>Matrícula de nuevo ingreso</b>                                                                       | <b>19</b>                                | <b>29</b>                                  | <b>30</b>                                  | <b>27</b>                                 |
| <b>ICM-3<br/>Porcentaje de cobertura</b>                                                                          | <b>54,29%</b>                            | <b>82,86%</b>                              | <b>85,71%</b>                              | <b>77,14%</b>                             |
| <b>ICM-4<br/>Tasa de rendimiento del título</b>                                                                   | <b>93,77%</b>                            | <b>93,45%</b>                              | <b>90,67%</b>                              | <b>97,95%</b>                             |
| <b>ICM-5<br/>Tasa de abandono-del título</b>                                                                      | <b>10.53%</b>                            | <b>6.90%</b>                               | <b>20.00%</b>                              | <b>0%</b>                                 |
| <b>ICM-7<br/>Tasa de eficiencia de los egresados</b>                                                              | <b>95,48%</b>                            | <b>96,69%</b>                              | <b>96,02%</b>                              | <b>97,24%</b>                             |
| <b>ICM-8<br/>Tasa de graduación</b>                                                                               | <b>93,33%</b>                            | <b>93,33%</b>                              | <b>76.74%</b>                              | <b>100%</b>                               |
| <b>IUCM-1<br/>Tasa de éxito</b>                                                                                   | <b>99%</b>                               | <b>98,55%</b>                              | <b>97,10%</b>                              | <b>99,65%</b>                             |
| <b>IUCM-5<br/>Tasa de demanda del máster</b>                                                                      | <b>1.280%</b>                            | <b>705,71%</b>                             | <b>685,71%</b>                             | <b>797,14%</b>                            |
| <b>IUCM-16<br/>Tasa de evaluación del título</b>                                                                  | <b>-</b>                                 | <b>94,83%</b>                              | <b>93,38%</b>                              | <b>98,29%</b>                             |

Desde la implantación inicial del título, se han ofertado 35 plazas de nuevo ingreso, manteniendo la cifra establecida por la memoria verificada. En consecuencia, desde el curso académico 2015-2016, hasta el 2018-2019, el número de plazas de nuevo ingreso ofertadas (Indicador ICM-1) se mantuvo constante en 35 plazas.

La matrícula de nuevo ingreso (Indicador ICM-2) fue de 19 estudiantes en el curso 2015-2016, de 29 en el curso 2016-2017, de 30 en el curso 2017-2018 y 27 en el curso 2018-2019, lo que supuso un porcentaje de cobertura de las plazas ofertadas (Indicador ICM-3) del 54,29%; 82,86%; 85,71% y 77,14% respectivamente.

El mantenimiento del procedimiento de solicitud de acceso a estudios de Máster por parte de la UCM durante los últimos dos cursos académicos parece haber hecho que estas cifras se mantengan relativamente estables, al igual que la tasa de demanda del Máster (Indicador IUCM-5), que descendió ligeramente desde el 705,71% del curso 2016-2017 al 685,71% en 2017-2018, para subir en 2018-2019 al 797,14%. No es especialmente complicado lograr solicitudes adecuadas al título dado que se sigue contado con casi 8 solicitudes por plaza disponible.

Para la tasa de rendimiento del título (Indicador ICM-4), la memoria verificada establecía unas expectativas superiores al 90%. Esta tasa informa anualmente de la proporción de créditos ordinarios superados por los estudiantes con respecto a los créditos ordinarios matriculados.

Esta tasa fue del 93,77% en el curso 2015-2016 y del 93,45% en el curso 2016-2017, sufriendo un ligero descenso hasta el 90,67% en el curso 2017-2018, para situarse en el 97,95% en el curso 2018-2019. La razón de esta fluctuación se centra en el TFM que con la nueva metodología del juego de empresas ha conseguido un nivel de superación muy alto, lo que ha supuesto una mejora del indicador. Dado que la cifra está muy por encima de lo esperado por la memoria verificada del título y la mejora de este curso, consideramos que la evolución del Máster en este aspecto es satisfactoria y consideramos que esta es una fortaleza muy importante que se podrá mantener en el futuro.

Para la tasa de abandono del título (Indicador ICM-5.1/6.1), en la memoria verificada se fijaba un nivel esperado del 15%. En los cursos 2015-2016 y 2016-2017 la tasa de abandono fue del 5,26%, muy por debajo de la establecida como nivel crítico en la memoria verificada, manteniéndose además estable. En el curso 2017-2018 se produce una mejora incluso, llegando al 3,45%. Como ya sucediera en cursos anteriores, consideramos que esta es una de las principales fortalezas del título, fruto del intenso trabajo dedicado a que los estudiantes no abandonen el título, generalmente al afrontar el desarrollo del Trabajo Fin de Máster (TFM) y tener que compatibilizarlo con las prácticas en empresa o su labor profesional. Lo mismo sucede con la tasa de eficiencia de los egresados (Indicador ICM-7), que informa sobre la diferencia entre el número de créditos efectivamente matriculados por los graduados con respecto a los créditos realmente superados para poder graduarse. La memoria verificada planteaba como adecuada una tasa de eficiencia del 80%, si bien a lo largo de los últimos tres cursos esta se ha mantenido estable en el entorno del 96%, considerablemente por encima de lo esperado.

La memoria de verificación establecía una tasa de graduación (Indicador ICM-8) esperada del 70%. Este indicador aporta información anual sobre la proporción de estudiantes que consiguen finalizar en el tiempo previsto más un año el Máster con respecto a los estudiantes matriculados inicialmente. Este indicador muestra un retardo de un curso en su cálculo, pues requiere que haya pasado un año tras el de primera matriculación para poder calcularse. Así, se ofrece para los cursos 2015-2016 y 2016-2017, manteniéndose estable en el 93,33%, y encontrándose muy por encima de lo previsto. En el curso 2017-2018 sufrió un descenso al 76,74% motivado principalmente por los TFM. En el curso 2018-2019 se ha situado en el 100% pues entre el juego de empresas y algunos trabajos individuales, han conseguido finalizar el máster todos los matriculados en el curso 2017-2018.

La memoria de verificación establecía una tasa de éxito esperada (Indicador IUCM-1) superior al 95%. Este indicador representa la relación porcentual entre el número total de créditos ordinarios superados por los estudiantes en un determinado curso académico y el número total de créditos ordinarios presentados por los mismos. En el curso 2015-2016 la tasa de éxito fue del 99% y aunque a lo largo de los cursos 2016-2017 y 2017-2018 ha descendido ligeramente al 98,55% y 97,10%, en el 2018-2019 se ha situado 99,65% resultado difícilmente mejorable y sigue estando por encima del valor establecido como deseable en la memoria de verificación. Por tanto, consideramos este resultado y su evolución como favorables.

**RESULTADOS EN LAS ASIGNATURAS**

| Asignatura                                                                     | Carácter          | Matriculados | 1ª mat. | 2ª Matr. y suc. | Apr. / Mat. | Apr. / Pres. | N.P. / Pres. | Apr. 1ª Mat. / Mat. 1ª Mat | N P | S S | AP | NT | SB | M H |
|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------|--------------|---------|-----------------|-------------|--------------|--------------|----------------------------|-----|-----|----|----|----|-----|
| CANALES DE COMUNICACIÓN DIRECTA                                                | OB.               | 30           | 30      | 0               | 100,00%     | 100,00%      | 0,00%        | 100,00%                    | 0   | 0   | 2  | 24 | 4  | 0   |
| COMPUTACIÓN UBICUA Y NUEVOS MODELOS DE APLICACIÓN WEB                          | OB.               | 29           | 29      | 0               | 100,00%     | 100,00%      | 0,00%        | 100,00%                    | 0   | 0   | 0  | 17 | 12 | 0   |
| DERECHO DE LA EMPRESA:ASPECTOS FISCALES Y MERCANTILES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO | OB.               | 28           | 27      | 1               | 96,43%      | 96,43%       | 0,00%        | 100,00%                    | 0   | 1   | 4  | 12 | 11 | 0   |
| DERECHO DEL CONSUMO                                                            | OB.               | 30           | 30      | 0               | 100,00%     | 100,00%      | 0,00%        | 100,00%                    | 0   | 0   | 7  | 14 | 8  | 1   |
| DISEÑO WEB,TECNOLOGÍAS DE INTERNET Y REDES DE COMUNICACIÓN                     | OB.               | 27           | 27      | 0               | 100,00%     | 100,00%      | 0,00%        | 100,00%                    | 0   | 0   | 0  | 22 | 5  | 0   |
| ESTRATEGIA RELACIONAL                                                          | OB.               | 27           | 27      | 0               | 100,00%     | 100,00%      | 0,00%        | 100,00%                    | 0   | 0   | 3  | 23 | 1  | 0   |
| ESTRUCTURA ORGANIZATIVA                                                        | OB.               | 30           | 29      | 1               | 100,00%     | 100,00%      | 0,00%        | 100,00%                    | 0   | 0   | 5  | 25 | 0  | 0   |
| LOGÍSTICA Y OPERACIONES                                                        | OB.               | 30           | 30      | 0               | 100,00%     | 100,00%      | 0,00%        | 100,00%                    | 0   | 0   | 10 | 16 | 4  | 0   |
| PLAN DE MARKETING DIGITAL                                                      | OB.               | 27           | 27      | 0               | 100,00%     | 100,00%      | 0,00%        | 100,00%                    | 0   | 0   | 0  | 6  | 21 | 0   |
| PLAN DE NEGOCIO II:PROYECCIONES                                                | OB.               | 30           | 30      | 0               | 100,00%     | 100,00%      | 0,00%        | 100,00%                    | 0   | 0   | 7  | 23 | 0  | 0   |
| PLAN DE NEGOCIO I:MARCO GENERAL                                                | OB.               | 28           | 27      | 1               | 96,43%      | 96,43%       | 0,00%        | 100,00%                    | 0   | 1   | 8  | 16 | 3  | 0   |
| PLAN ESTRATÉGICO                                                               | OB.               | 29           | 28      | 1               | 100,00%     | 100,00%      | 0,00%        | 100,00%                    | 0   | 0   | 10 | 19 | 0  | 0   |
| PLATAFORMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO                                             | OB.               | 28           | 28      | 0               | 100,00%     | 100,00%      | 0,00%        | 100,00%                    | 0   | 0   | 0  | 24 | 4  | 0   |
| POSICIONAMIENTO Y SEGURIDAD EN LA WEB                                          | OB.               | 28           | 28      | 0               | 100,00%     | 100,00%      | 0,00%        | 100,00%                    | 0   | 0   | 0  | 15 | 13 | 0   |
| PRÁCTICAS EN EMPRESAS                                                          | P. EXT.           | 25           | 25      | 0               | 100,00%     | 100,00%      | 0,00%        | 100,00%                    | 0   | 0   | 1  | 9  | 15 | 0   |
| SOFTWARE CORPORATIVO                                                           | OB.               | 29           | 28      | 1               | 100,00%     | 100,00%      | 0,00%        | 100,00%                    | 0   | 0   | 6  | 15 | 7  | 1   |
| TRABAJO FIN DE MÁSTER                                                          | PR.FIN DE CARRERA | 39           | 27      | 12              | 87,18%      | 100,00%      | 12,82 %      | 96,30%                     | 5   | 0   | 8  | 10 | 14 | 2   |
| TRANSFORMACIÓN EMPRESARIAL                                                     | OB.               | 27           | 27      | 0               | 100,00%     | 100,00%      | 0,00%        | 100,00%                    | 0   | 0   | 1  | 13 | 13 | 0   |

Respecto a la evolución por asignaturas, pone de manifiesto el excelente rendimiento de los alumnos, lo que es un aspecto muy destacable de la titulación, destacando tres conclusiones en este cuadro:

- a) En casi todas las asignaturas (excepto en tres, incluido TFM) el porcentaje de aprobados es del 100%, lo que supone un altísimo grado de cumplimiento de los objetivos académicos del máster.
- b) Diversa gradación en la calificación de las asignaturas, lo que implica un criterio de independencia en la evaluación de las asignaturas y confirma el alto rendimiento del alumnado.
- c) La única distorsión es el TFM., lo que es lógico dada su doble restricción en la evaluación: necesidad de superar todas las asignaturas de la titulación y limitaciones en la presentación a defensa del trabajo, en especial cuando el alumno ya está en segunda matrícula desarrollando una actividad profesional que limita su dedicación. A pesar de ello, solo 5 alumnos no se han presentado, frente a 12 de segunda matrícula, lo que supone un esfuerzo significativo, apoyado por la metodología del TFM vinculado al juego de empresas, que facilita la integración del alumno en esta asignatura.

Como conclusión global, señalar que este nivel de aprobados supone una fortaleza de la titulación.

**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).**

|                                                          | Curso de<br>acreditación<br>2015/16 | 1º curso de<br>seguimiento<br>2016/17 | 2º curso de<br>seguimiento<br>2017/18 | 3º curso de<br>seguimiento<br>2018/19 |
|----------------------------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| IUCM-13<br>Satisfacción de alumnos<br>con el título      | 4,4                                 | 3,23                                  | 3,5                                   | 4,7                                   |
| IUCM-14<br>Satisfacción del<br>profesorado con el título | 4*                                  | 9,14                                  | 10                                    | 8.1                                   |
| IUCM-15<br>Satisfacción del PAS del<br>Centro            | 7,5                                 | 7,14                                  | 7,7                                   | 2                                     |

Para el análisis de la satisfacción de los colectivos implicados en el título se comentarán en profundidad los resultados de los indicadores de satisfacción de alumnos con el título (Indicador IUCM-13), satisfacción del profesorado con el título (Indicador IUCM-14), y satisfacción del PAS del Centro (Indicador ICUM-15).

**Estudiantes**

Según las encuestas de satisfacción de estudiantes, la satisfacción global con la titulación ha sido insuficiente. En concreto, en el curso 2015-2016 fue de 4,4 sobre 10, descendiendo a 3,23 y 3,5 en los cursos 2016-2017 y 2017-2018, aunque se ha recuperado en el 2018-2019 al 4.7. La representatividad de este dato podría considerarse adecuada desde el punto de vista de las tasas de respuesta a las encuestas alcanzadas (superior al 30% en los cursos 16-17 y 17-18).

En los datos de 18-19 entendemos que puede ser un problema de error y un sesgo en la información pues los datos facilitados señalan que han contestado siete alumnos con un porcentaje de participación del 15.56%, lo que implicaría 45 alumnos matriculados. Sin embargo, el número de alumnos matriculados en el TFM son 39 y no pensamos que haya 6 alumnos matriculados en otras asignaturas fuera del TFM. Por otra parte, el número de alumnos medio del Máster (excepto TFM) se mueve en un entorno máximo de 30 alumnos, cifra más representativa del número de alumnos activos en el máster (pues los 10 adicionales del TFM no

son alumnos participativos activos) que los 45 del informe y que dejaría la representatividad en un 24% dato más en línea con los de años anteriores.

No obstante, es necesario realizar un análisis más detallado, dado que las respuestas para los ítems de esta encuesta muestran una gran variabilidad, con desviaciones típicas muy elevadas.

De cara a contextualizar estos resultados para el curso 2018-2019, es importante destacar que en las respuestas de los 7 alumnos que contestaron a la encuesta, la desviación típica en cuanto a satisfacción global es de 2,5. Así mismo, aquellos que trabajan de forma continuada muestran una satisfacción media de 6 y los que ni trabajan ni hacen prácticas una satisfacción media de 5. Los estudiantes que hacen prácticas muestran una satisfacción media de 4,4, cercana a su satisfacción con la UCM, que es de 5,4 sobre 10.

Como ya se informó en cursos anteriores, parece que la satisfacción con la titulación es muy diferente dependiendo del perfil concreto de cada estudiante y de su vinculación con el mundo profesional específico del comercio electrónico. Además, de los cuatro másteres que se imparten en la Facultad de Comercio y Turismo, los estudiantes del MUCE parecen ser los más exigentes, pues son los que expresan una menor satisfacción con la UCM, la cual es una pregunta común para todas las titulaciones.

Prácticamente la totalidad de ítems de la encuesta de satisfacción de estudiantes muestra una enorme dispersión. Esto hace complicado identificar defectos concretos y mucho más poder desarrollar acciones de mejora específicas, máxime cuando estas respuestas tampoco son congruentes con otras fuentes de información. Como ejemplos se pueden señalar:

- i. A la hora de valorar la satisfacción con la labor docente de los profesores, un 30% de estudiantes la califica de 8 sobre 10, un 14% de 7, un 14% de 6, un 30% de 4 y un 14% de 2. Lo que lleva a una media de 4.71 con una desviación típica de 2. Hay que recordar que el 100% de los profesores del Máster (el 50% de la titulación) que completaron su evaluación docente mediante el sistema Docentia lo hicieron de forma positiva.
- ii. A la hora de valorar como apropiado el nivel de dificultad de la titulación, las respuestas oscilan entre el 2 y el 8 sobre 10, con una media de 4,80. Sin embargo, como mostraba la tasa de eficiencia de los egresados (Indicador ICM-7), los estudiantes superan el 97% de los créditos que matriculan.
- iii. A la hora de valorar si la formación recibida posibilita el acceso al mundo laboral, las respuestas de los estudiantes oscilan entre el 0 y el 9 sobre 10, con una media de 5,14 frente a los resultados de la visión empresarial de las prácticas, que dan unos datos diferentes que pasamos a detallar.

Frente a esta visión dispersa de la titulación, los tutores de prácticas de la empresa plantean una perspectiva muy diferente, teniendo en cuenta que cubre la opinión sobre 25 alumnos (un número muy superior al de la encuesta) y, por lo tanto, con mayor representatividad y visión más realista de la situación del mercado laboral. El 88% de los tutores han valorado la formación del alumno, entre 4-5 sobre 5; el 72% de los tutores de prácticas de la empresa se ha planteado la posibilidad de contratar al estudiante tras las prácticas; y el 100% tendrá en cuenta su candidatura en futuros procesos de selección.

En cuanto a las posibles causas de los resultados obtenidos se podría apuntar a la diversidad de perfiles de los alumnos que cursan el Máster, en cuanto a experiencia profesional, estudios desde los que acceden, universidades y países de origen, etc.

Se aprecia que hay alumnos satisfechos, altamente satisfechos, pero también alumnos muy descontentos con el título. En conjunto, parece que el problema de expectativas por parte del alumnado detectado en el curso 2016-2017 se ha mantenido en los cursos 2017-2018 y 2018-2019. En este sentido tras diversas conversaciones personales, se detecta un nivel de expectativas muy elevado y, en parte distorsionado, pues para el alumno prima, unos aspectos frente a otros (creemos que técnicos informáticos frente a los empresariales), cuando el título

ofrece una formación integral del gestor profesional del comercio electrónico, lo que contempla todos los aspectos de este tipo de negocio. Por ejemplo, la puntuación al ítem “la formación recibida se relaciona con las competencias de la titulación” (opinión más abstracta) se valora con 4,86 sobre 10 y, sin embargo, la relación de las competencias con las prácticas (opinión ante una realidad) es de 4 sobre 5,

Esto se produce a pesar de los esfuerzos desde la coordinación y profesorado por aclarar que el título y que la duración de un único curso académico impide centrarse en herramientas concretas con profundidad. También creemos que hay una distorsión importante en el funcionamiento de las encuestas, por las siguientes razones:

a) El nivel de respuestas es muy bajo, lo que limita su calidad, si además se le une que una incidencia directa con un alumno supone una puntuación negativa, ajena a otras consideraciones objetivas (se ve claramente que ciertos alumnos valoran todo sistemáticamente con la nota más baja) el resultado aún está más sesgado.

b) Las dificultades de incorporar a las encuestas al alumnado después de elementos gratificantes como son las prácticas y el TFM del juego de empresas que ayudan a dar una visión global de la titulación y que el alumno además no valora que SON PARTE DE LA TITULACIÓN.

A la vista de esto, consideramos que la dificultad para lograr niveles adecuados de satisfacción del alumnado es una de las principales debilidades del título.

#### PROFESORADO

En las encuestas de satisfacción del PDI, en el curso 2018-2019 participaron siete profesores, por lo que tiene ya una cierta representatividad en cuanto a tasa de respuesta. No obstante, esta cifra mejora la única respuesta que se obtuvo en el curso 2015-2016 e iguala la alcanzada en el curso 2016-2017. Si en dicho curso se alcanzó una satisfacción global con la titulación de 9,14 sobre 10 para este colectivo, en el curso 2017-2018 se incrementó esta valoración, alcanzando el 10 sobre 10. Si bien en el curso 2018-2019 la media de la satisfacción ha sido de 8.1, aunque con un problema de sesgo de un profesor que vota sistemática de una forma muy baja frente al resto.

También se encuentra sensiblemente por encima de la satisfacción media con la titulación que muestra por encima de la UCM (7,4). Por otra parte, el grado de satisfacción aumenta con la edad pasado y experiencia laboral pasando de 7,7 en el profesorado de 35-44 años de edad (y con mayor desviación típica) a 9 en el de 55-65. Por categorías suele haber cierta homogeneidad excepto en caso de un profesor colaborador con una media de satisfacción de 5, frente al siguiente colectivo de profesores asociados de 8.

Estos datos nos llevan a pensar en problema concreto con un profesor concreto poco vinculado con la universidad (colaborador) que distorsiona el resultado final a la baja.

A pesar de la insatisfacción que mostraban los alumnos, los profesores se muestran satisfechos con los resultados alcanzados por los estudiantes (7.86 sobre 10, si bien el 57% lo valora como 9). En general los resultados son satisfactorios pues su mueve en el entorno del 7-9, si bien se aprecia sistemáticamente una valoración de 5 - 6 del 14% (un caso en cada calificación) en casi todos los ítems. De hecho, esta valoración también se pone de manifiesto a la hora de medir el grado de orgullo de ser profesor de la UCM (frente a una valoración 9-10 del 58% del profesorado), lo que vinculado con la situación del profesor colaborador antes comentada pone de manifiesto situaciones individuales de insatisfacción con la Institución, más que una perspectiva de valoración específica del título

Respecto a ítems concretos, por debajo de 7 solo hay dos con características específicas:

a) Gestión de procesos administrativos comunes (6.67). En este sentido, hay que señalar que al ser un máster que se imparte por la tarde, el nivel de funcionamiento administrativo es muy inferior al de por la mañana. Además, hay ciertos profesores que solo acuden a la Facultad para

impartir este máster por lo que el encaje presencialidad y atención administrativa es complicado.

b) Aprovechamiento de las tutorías por parte de los alumnos (6.14). En este sentido, queremos indicar que en general no hay un nivel de participación directa en procesos de tutoría excepto en el TFM, puesto que los horarios son muy ajustados y muchas asignaturas se evalúan vía trabajos, realizando las tutorías directamente en el aula y no fuera. Por ello, este ítem creemos que no está correctamente interpretado. Además, el bajo nivel de este ítem es recurrente en años anteriores

A partir de estos resultados y los de cursos anteriores, destacamos la satisfacción del PDI con el título como una de sus principales fortalezas.

#### PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

Durante el curso 2018-2019, la satisfacción global del PAS de la Facultad de Comercio y Turismo con su trabajo fue de 2 sobre 10, descendiendo desde el 7,7 del curso anterior. No obstante, sólo 2 personas de este colectivo respondieron a la encuesta de satisfacción por lo que la representatividad es mínima y su satisfacción coincide con su nivel de orgullo de pertenecer a la UCM, lo que pone de manifiesto una situación personal e institucional pero no específica de la titulación. De hecho, la capacidad de actuación desde el Máster hacia este colectivo es nula.

De todas formas, cabe pensar que la incorporación de un nuevo gerente, decanato y equipo rectoral pueda introducir mejoras en la gestión de este colectivo

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

Según los datos facilitados por el Vicerrectorado de Calidad de la UCM, correspondientes a estudiantes egresados en 2016, y recogidos a los 24 meses de su graduación, la tasa de estudiantes con empleo (en %) para los estudiantes de Máster de la Facultad de Comercio y Turismo es del 100%.

En principio, este dato puede considerarse como altamente positivo. No obstante, solo respondió un egresado, lo que implica que solo respondió un 5,8% sobre el total de egresados, y la distribución por facultades y titulaciones no fue homogénea, existiendo titulaciones de las que no existen datos disponibles. Por tanto, lo más prudente es tomar esta información con mucha cautela.

Sin embargo, la opinión presenta algunos aspectos contradictorios pues a nivel de valoración de competencias se mueve en un entorno 7-10 (con la excepción de la investigación que no es el objetivo de la titulación, valora la relación formación-actividad profesional con un 8 y valoraría con 7 recomendar la titulación. Por otra parte, la relación global formación-competencias la valora con 6 y la satisfacción general de la formación la valora con 5, lo que no permite identificar con claridad ítems de desacuerdo. Todo ello orienta un poco a un problema de expectativas o reminiscencias más que a la realidad o identificación de problemas concretos en la titulación.

#### **5.4 Análisis de la calidad de los programas de movilidad.**

*Dado que estamos en un Máster de un año de duración y que la vocación del alumno es la inserción laboral más rápida posible, no suele haber participación del mismo en programas de movilidad*

#### **5.5. Análisis de la calidad de las prácticas externas.**

En el Máster en Comercio Electrónico la realización de 6 créditos de prácticas externas es obligatoria, si bien puede haber estudiantes que las convaliden por experiencia profesional o por prácticas extracurriculares. Al tratarse de un título que tiene por finalidad la formación de profesionales altamente cualificados para crear y dirigir negocios de comercio electrónico, el contacto directo con las empresas que proporcionan las prácticas es un indicador clave del éxito del programa formativo. Durante el curso 2018-2019 un total de 25 alumnos completaron sus

prácticas en empresa y rellenaron el correspondiente cuestionario. Este cuestionario se valora en una horquilla de 1-5

#### Perspectiva del estudiante

A la hora de valorar su grado de satisfacción general con las prácticas realizadas, el 56 % de los estudiantes se declaran “totalmente satisfechos”, un 24% “muy satisfechos” y un 20% “bastante satisfechos”. El 96% de los estudiantes volvería a realizar las prácticas en la misma empresa (solo hubo un caso en que no). El 84% amplió las prácticas al finalizar el periodo curricular y un 24% fue contratado por la empresa (con contrato laboral). El 96% valora la acogida por parte de la empresa con un 5 (solo un caso fue 4). También el 96% de los estudiantes declara que el periodo, jornada y horario fueron los pactados (hubo un caso en que no), y en el 100% de los casos la empresa ha facilitado el cumplimiento de sus obligaciones académicas.

Sobre la aplicación de los conocimientos adquiridos en el Máster en las prácticas, los estudiantes ofrecen una respuesta media de 4. En cuanto a la cuestión: en qué medida la formación recibida en el Máster ha preparado al alumno para la realización de las prácticas el valor medio es de 3.28, y en la relación entre las competencias adquiridas en el Máster y las prácticas la puntuación media asciende a 4. Respecto a la consideración de las prácticas como un complemento en su formación, los estudiantes hacen una valoración media de 4,96 y sobre si las prácticas han favorecido la adquisición de conocimientos y el desarrollo de competencias para el ejercicio profesional la puntuación media asciende a 4,72.

En cuanto a la consideración de si las prácticas han aportado valor a su currículum vitae, los estudiantes han hecho una valoración media de 4,76. De 4,48 sobre si las prácticas les han permitido establecer contactos y vínculos profesionales (todos los casos fueron valorados de 4-5, excepto uno) y de 4,42 sobre si las prácticas han mejorado sus posibilidades de inserción laboral.

Como conclusión señalar que las opiniones del alumno son positivas sobre las prácticas y no se detectan problemas al respecto

#### Perspectiva de la empresa

En las encuestas completadas por la entidad en la que se han realizado las prácticas se recibieron un total de 25 respuestas. Un 50% de las mismas calificaría numéricamente (de 0 a 10) la práctica realizada con un 9-10, un 24% con un 8-9, un 124% con un 7-8, y un 4% con un 6-7. El 100% de las entidades aceptaría seguir recibiendo estudiantes de nuestra Facultad, un 72% se ha planteado contratar al estudiante tras finalizar el periodo de prácticas, y el 100% tendría en cuenta su candidatura para futuros procesos de selección.

A la hora de valorar si la formación del estudiante era adecuada para las prácticas, la puntuación alcanzada es de 4,4 en una escala 1-5, y en términos generales, la satisfacción con la práctica del estudiante fue de 4,68 (todos los casos fueron valorados 4-5, excepto uno). En cuanto a si se han cumplido las expectativas previstas al ofertar la práctica, se alcanzó también un valor de 4,68.

Las entidades evalúan también en su cuestionario distintas competencias y habilidades de los estudiantes que realizan las prácticas y en todos los casos para el curso 2018-2019 se mueven en un entorno superior a 4. Por ejemplo, en capacidad de trabajo y constancia tienen un 4,8 en en implicación y trabajo en equipo un 4,64. Los ítems más bajos son habilidad de comunicación oral y escrita con 4.36 y capacidad de reflexión analítica y crítica con 4.4

Comparando las encuestas de entidades y estudiantes, se observa que estos últimos son muy exigentes a la hora de valorar su preparación, algo que también se apreciaba también en las encuestas de satisfacción. En este caso, si comparamos la valoración que hacen los alumnos sobre si la formación recibida en el máster les ha preparado para la realización de las prácticas, y lo expresamos en base 10, valora con 4.86 respecto a la competencias, 5,14 respecto al mundo laboral o 6,5 respecto a la práctica en concreto, mientras que si consideramos la valoración de

las empresas sobre si la formación de los alumnos era adecuada para las prácticas, está ascendiendo al 8,7, brecha muy importante y reafirma la diferencia entre expectativas y la realidad.

Como conclusión, a la vista del conjunto de indicadores comentados, consideramos que las prácticas muestran un elevado grado de calidad y constituyen una fortaleza importante de título, especialmente en el caso del Máster en Comercio Electrónico, que tiene un carácter profesionalizante.

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.

| Fortalezas                                                                                                                                                                                                       | Debilidades                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| F4. Valores muy positivos y sostenidos en el tiempo en las tasas de abandono, eficiencia, éxito y graduación<br>F5. Satisfacción PDI (10 sobre 10)<br>F6. Alta satisfacción de alumnos y entidades colaboradoras | D3. Baja satisfacción media del alumnado, con dispersión e inconsistencia de los resultados obtenidos de los estudiantes |

#### 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.**

No procede

**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 recomienda realizar un análisis más detallado sobre la efectividad del SGIC adoptado.*

Aunque entendemos que el SGIC es muy efectivo, es cierto, no se dejaban muy claras las conclusiones y acciones de mejora en las situaciones problemáticas detectadas. Por eso como se aprecia en el punto 4 de esta memoria se ha tratado de concretar más la solución propuesta para reafirmar la excelente calidad del SGIC adoptado.

*La información proporcionada sobre egresados en 2015 corresponde a estudiantes de máster de la Facultad, y no hay datos específicos del Máster en Comercio Electrónico. Se recomienda implantar el procedimiento para conocer el grado de satisfacción de los egresados y su inserción laboral.*

La actividad de evaluación de la inserción laboral la realiza el Rectorado o el Consejo Social (anteriormente era esta entidad la que realizaba dicha evaluación) a través de sus encuestas y entendemos que debe de hacerla por dos motivos:

- Un trabajo global de inserción laboral, supondría una homogeneidad en la información de toda la UCM y además un ahorro en economías de escala, frente a 27 trabajos particulares de cada Facultad
- La Facultad de Comercio no tiene recursos para dicha actividad y, en especial, si la hace extensible a todas las titulaciones del centro. Además, es un agente interesado por lo que el resultado puede estar sujeto a sospecha de sesgo

En cualquier caso, las Facultades y en concreto la de Comercio deben ayudar a la institución responsable, en sentido que marque el Rectorado

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

A continuación, se detalla el conjunto de acciones específicas que se plantearon en la memoria del curso 2017-2018 a desarrollar para el mantenimiento de fortalezas y cobertura de debilidades a lo largo del curso 2018-2019, detallando los indicadores de resultados que se utilizarán para valorar su efectividad y los responsables de su ejecución.

***Acción: fijación de un número mínimo de reuniones ordinarias de coordinación y de la Comisión Académica del Máster.*** Esta acción pretende mantener como fortaleza el adecuado funcionamiento del sistema de coordinación. La métrica para valorar su efectividad (o cumplimiento en este caso) es el número de reuniones fijado: 1 para las reuniones de coordinación, y 2 para las reuniones de la Comisión Académica del Máster. El responsable de su ejecución será el coordinador del Máster, pues es quien convoca las reuniones mencionadas.

Como consecuencia de la implantación del juego de empresas como TFM, el proceso ha sido inverso por necesidades de funcionamiento: se han desarrollado dos reuniones de coordinación y una de la comisión académica como se ha indicado en el punto 2, y se ha explicado oportuna en ese punto los motivos de las reuniones por lo que entendemos que se ha cumplido el objetivo.

***Acción: campaña de recordatorio sobre la participación en Docencia, dirigida tanto a docentes como a estudiantes.*** Esta acción debería permitir mantener fortalezas como la obtención de un 100% de evaluaciones positivas (IUCM-8), y cubrir debilidades como que menos del 20% del profesorado haya podido completar su evaluación docente en el curso 2017-2018 (IUCM-7). El seguimiento de su efectividad se llevará a cabo a través de los indicadores IUCM-6, IUCM-7 e IUCM-8. El responsable de implantación será el coordinador del Máster, que enviará el recordatorio de participación a estudiantes y profesores.

El coordinador del Máster envió los oportunos recordatorios y se ha conseguido una participación del 50% de profesorado lo que implica una mejora importante, si bien es preciso continuar en esta línea para incrementar el porcentaje de participación

***Acción: celebración de un “II Laboratorio de Ideas sobre TFMs”.*** Esta acción se orienta al fomento de los TFMs grupales, que han tenido una incidencia positiva en distintos indicadores de resultados del título, así como en las calificaciones y finalización de estudios por parte de los alumnos. El control de seguimiento se efectuará informando de la fecha de celebración del laboratorio en la Memoria Anual de Seguimiento correspondiente al curso 2018-2019. El responsable de ejecución, en cuanto a la convocatoria, será el coordinador del Máster, pero en cuanto a ejecución implicará al conjunto del profesorado del título.

Laboratorio de Ideas sobre Trabajos Fin de Máster (TFM), se celebró el 7 de febrero de 2019, a las 17.00. en el Aula Germán Bernácer de la Facultad. El objetivo de la sesión fue doble:

- 1º) Generar colaboración entre alumnos y tutores con anterioridad al inicio del TFM,
- 2º) Dado que la mayoría de los TFM adopta la forma de plan de negocio, obtener orientaciones útiles sobre el interés y posibles mejoras de sus ideas de los invitados externos con visión real de empresa.

Se busca de este modo que los proyectos de TFM cuenten con la máxima calidad académica, pero que también se acerquen todo lo posible a iniciativas que pudiera desarrollar el alumnado cuando finalice el MUCE. Aunar el rigor teórico con la aplicabilidad práctica es algo extraordinariamente complejo de lograr, así como poner en marcha una iniciativa como esta, que supone conjugar un elevado número de agendas. Como novedad, este curso se informó sobre el proyecto piloto de realización del TFM a través de un software de simulación centrado en la gestión de un negocio de comercio electrónico ('business game'). De este modo, las opciones para realizar el TFM se amplían a tres: trabajo de investigación individual, plan de negocio (generalmente en grupo), o 'business game'.

***Acción: evaluación de la posible implantación de un software de simulación tipo 'business game' como alternativa para la realización del TFM.*** Con ello se pretende ofrecer una alternativa adicional a los trabajos académicos de investigación o los que adoptan la modalidad de plan de negocio centrado en el comercio electrónico. Esto debería reducir la tensión que generan los actuales sistemas de elaboración de TFM para ciertos alumnos. Los responsables de ejecución serán el coordinador y la Comisión Académica del Máster.

Se desarrolló el juego de empresas como alternativa al TFM con una participación de 33 alumnos que incluía a alumnos de cursos anteriores con un porcentaje de aprobados del 100% y un alto nivel de satisfacción.

***Acción: propuesta de organización de una II Jornada sobre Mejores Prácticas Docentes en Máster a la Facultad de Comercio y Turismo.*** Esta actuación va encaminada a mantener la fortaleza observada en cuanto a satisfacción del PDI, y también a poder introducir innovaciones metodológicas docentes, tal y como sugería el Informe de Renovación de la Acreditación del título. El control de seguimiento se efectuará informando de la fecha de celebración de la Jornada en la Memoria Anual de Seguimiento correspondiente al curso 2018-2019. El responsable de ejecución, en cuanto a la convocatoria, será el coordinador del Máster (además de los Vicedecanatos pertinentes), pero en cuanto a ejecución implicará al conjunto del profesorado del título.

Como consecuencia del cambio de coordinador en nuestro Máster y en el de Dirección de Empresas Hoteleras, así como la absorción de tiempo en la puesta en marcha del TFM de juego de empresas, no pudo impulsarse esta actividad de forma conjunta entre todos los másteres, si bien se mantiene para el curso que viene.

***Acción: lograr la participación de empresas en las actividades de extensión.*** Se trata de un mecanismo para reforzar la relación con agentes externos y mantener la fortaleza alcanzada en cuanto a la calidad de las prácticas externas. El seguimiento se realizará informando de las empresas participantes en las actividades de extensión en la Memoria Anual de Seguimiento correspondiente al curso 2018-2019. El responsable de ejecución, en cuanto a la convocatoria, será el coordinador del Máster, pero en cuanto a propuesta y ejecución puede implicar a cualquier profesor del título.

Se desarrollaron las siguientes actividades externas o con participación externa:

- 26-27 septiembre 2018. eShow Madrid, en IFEMA. La mayor feria de Ecommerce, Marketing Online, Social Media, Mobile e Internet of Things de España. Oportunidad de conocer de primera mano las últimas soluciones de tecnología y las estrategias y casos de éxito más innovadores de la mano de un nutrido plantel de ponentes nacionales e internacionales, foros de debate, expositores y un buen número de actividades. Espacio para analizar tendencias, adquirir nuevos conocimientos e interactuar con el sector a través de las áreas de Networking. 250 speakers, 150 expositores y más de 10.000 profesionales del sector digital.
- 3-5 octubre 2018. South Summit, en La Nave. Uno de los grandes eventos del sur de Europa para emprendedores e inversores, enfocado en oportunidades de negocio entre los

principales agentes del ecosistema. Una serie de conferencias y paneles de diversas temáticas, con expertos mundiales de primer nivel, como Jeanette J. Epps (astronauta de la NASA) José María Álvarez-Pallete (Presidente y CEO de Telefónica) y Ken Robinson (experto en educación y TED Speaker). Stands con soluciones innovadoras, networking, y una competición de startups. Diferentes emprendedores compiten por hacerse con el galardón a mejor startup del año, que les permite posicionarse como una apuesta sólida para inversores y Business Angels. 100 proyectos finalistas de la Startup Competition.

- 18 de octubre, a las 16.00 horas, en el Aula Germán Bernácer de la Facultad. Másterclass sobre Transformación Digital a cargo de Eva Sánchez-Caballero, Business Development Manager de Canon.
- 16 noviembre de 2018. Inside Circus, con la startup Playtomic. Una tarde entera de charlas como "Cómo funciona internet y otras palabras raras del mundo tech", "Descubre los perfiles que se necesitan para que una app funcione y cómo es su día a día", "Marketing Digital: Herramientas que utiliza el equipo de Playtomic", y "Metodologías ágiles y de trabajo dentro del equipo de Producto".

***Acción: organización de una II Jornada sobre Comercio Electrónico de la Facultad de Comercio y Turismo.*** Se trata de una acción complementaria o sustitutiva de la anterior, encaminada a robustecer la relación del Máster con agentes externos que colaboren en las prácticas externas y/o la empleabilidad de los estudiantes. El control de seguimiento se efectuará informando de la fecha de celebración de la Jornada en la Memoria Anual de Seguimiento correspondiente al curso 2018-2019. El responsable de ejecución, en cuanto a la convocatoria, será el coordinador del Máster (además de los Vicedecanatos pertinentes), pero en cuanto a propuesta y ejecución implicará al conjunto del profesorado del título.

Como consecuencia del cambio de Coordinador no pudo realizarse dicha jornada, además se apreció una cierta saturación de actividades externas, (ver anteriores puntos)

***Acción: sesión monográfica con estudiantes sobre evaluación de la calidad.*** Esta acción persigue cubrir varias de las debilidades detectadas en el título (ver apartado 9.1 de la memoria). En concreto: a) incrementar la participación de los estudiantes en el programa Docentia para que los profesores puedan completar su evaluación; b) que conozcan y utilicen adecuadamente el sistema de quejas y sugerencias; y c) que se haga un uso responsable e informado de las encuestas de satisfacción con el título. El control de seguimiento se efectuará mediante la fecha de celebración de la sesión, y el de efectividad, a partir de los datos de la encuesta de satisfacción de estudiantes del curso 2018-2019. La responsabilidad de la ejecución recaerá en el coordinador del título, que convocará y participará activamente en la sesión. No obstante, la organización de la misma requerirá de la coordinación entre la Comisión Académica del Máster y la Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo.

7 de febrero de 2019, a las 17.00. Sesión sobre evaluación de la calidad de la titulación, en el Aula Germán Bernácer de la Facultad. El objetivo de esta sesión fue informar a los alumnos sobre el Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC) del MUCE y de la Facultad, cómo funciona, y cómo pueden contribuir al mismo. Se realizó un intercambio de experiencias por parte de los alumnos muy enriquecedor, y crucial para poder llevar a cabo un adecuado seguimiento y evaluación de la calidad del título, y para poder plantear propuestas de mejora para el mismo. Se hizo especial hincapié en el sistema de sugerencias, quejas y reclamaciones, explicando detenidamente su funcionamiento, tramitación y resolución.

***Acción: propuesta de elaboración de una guía breve sobre evaluación de la calidad orientada a estudiantes.*** Al igual que la acción anterior, esta se encamina a cubrir varias debilidades del título, incrementando la participación de los estudiantes en Docentia, que conozcan y utilicen adecuadamente el sistema de quejas y sugerencias, y que respondan a las encuestas de satisfacción con el título con madurez y responsabilidad. El control de efectividad se hará a

través de los resultados de la encuesta de satisfacción de estudiantes del curso 2018-2019. La responsabilidad de la ejecución se distribuirá entre el coordinador del título, la Comisión Académica del Máster y la Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo

Se ha planteado el tema bajo la perspectiva de preparar una guía de Centro superando la limitada perspectiva del Máster. Para ello se solicitó en el curso 18-19 un proyecto de innovación docente de centro, dirigido desde el Vicedecanato de Calidad para su elaboración a lo largo del curso 2019-2020 y además servir de impulso para plantear mejoras en el grado de participación de los alumnos en la contestación a las diversas encuestas de la Universidad.

**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.**

NO PROCEDE

## 7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

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

Las siguientes modificaciones de la Memoria verificada fueron aprobadas en Junta de Facultad el 7/11/2018, posteriormente fueron aprobadas en Comisión de Estudios de la UCM el 21/1/2019, en Consejo de Gobierno de la UCM el 29/1/2019 y en Consejo Social el 6/2/2019:

El 8 de mayo de 2019 la Fundación para el Conocimiento Madri+d emitió un informe favorable a la propuesta de modificación del VERIFICA del Máster incluyendo la siguiente recomendación.

*Se recomienda separar las actividades formativas que integran la AF1 "exámenes y participación activa en clase" dada su diferente naturaleza.*

La modificación fue consecuencia de recomendaciones derivadas del informe de renovación del título y de la detección de ciertos problemas de forma y actualización que convenía corregir.

Los cambios expresamente indicados en la SOLICITUD DE MODIFICACIÓN fueron los siguientes:

#### 0 - Descripción general

Descripción del cambio: Los requisitos de acceso para las asignaturas en inglés serán los establecidos en el Plan de Internacionalización de la UCM: <https://goo.gl/sFrqHB>

#### 1.1 - Datos básicos de la descripción del título

Descripción del cambio: En el apartado 1.3.2. se han incorporado los enlaces con las normas de permanencia: <https://bouc.ucm.es/pdf/902.pdf> <https://bouc.ucm.es/pdf/2199.pdf>

#### 11.1 -Responsable del título

Descripción del cambio: En el apartado 11.1. se ha sustituido el nombre del anterior responsable

#### 9 - Sistema de garantía de calidad

Descripción del cambio: Se ha modificado el link

#### 11.2 - Representante legal

Descripción del cambio: En el apartado 11.2. se ha actualizado el nombre y cargo del Representante Legal de la Universidad y se ha incorporado el documento sobre Delegación de Competencias.

#### 11.3 - Solicitante

Descripción del cambio: En el apartado 11.3. Se ha actualizado el solicitante

#### 4.1 - Sistemas de información previo

Descripción del cambio: En respuesta al Informe de la Fundación Madri+d. 1 marzo 2019: Se han corregido algunos párrafos ya que, inicialmente, en la memoria estaba establecido que los estudiantes extranjeros que soliciten la admisión al Máster deben acreditar un conocimiento de castellano, como mínimo, el C1 del marco común europeo de referencia para las lenguas.

#### 4.2 - Requisitos de acceso y criterios de admisión

Descripción del cambio: En los requisitos de acceso, se han modificado los Grados de procedencia preferentes (pero no exclusivos) Se han modificado los criterios de baremación. Se ha incluido como requisito de acceso para las asignaturas en inglés, los establecidos en el Plan de Internacionalización de la docencia de la UCM

En respuesta al Informe de la Fundación Madri+d. 1 marzo 2019: se ha precisado el tipo y duración de experiencia profesional que se va a requerir para aquellos egresados procedentes de titulaciones que carecen de conocimientos relacionados con los contenidos de este máster

#### 5.5 - Módulos, Materias y/o Asignaturas

Descripción del cambio: En el apartado 5.5.1. Se ha ajustado la presencialidad de las actividades formativas de las Materias. En respuesta al Informe de la Fundación Madri+d. 1 marzo 2019: Se han incluido las pruebas de evaluación como actividad formativa presencial

#### 4.4 - Sistemas de transferencia y reconocimiento de créditos

Descripción del cambio: Se ha eliminado el enlace y se actualiza la normativa. En respuesta al Informe de la Fundación Madri+d. 1 marzo 2019: Se ha actualizado la normativa que establece el procedimiento de reconocimiento de créditos por experiencia laboral y profesional.

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

Adicionalmente, a lo largo del curso 2018-2019 se han seguido los oportunos trámites para la modificación de la denominación de dos asignaturas con el siguiente esquema

| MODULO      | MATERIA                          | ASIGNATURA VIEJA                                            | ASIGNATURA NUEVA (E)                   | ASIGNATURA A NUEVA (I)          | CRÉDITOS | Carácter | Cuatrimestre | DEPARTAMENTO                                                                         |
|-------------|----------------------------------|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------|---------------------------------|----------|----------|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Tecnológico | Informática aplicada al Comercio | Desarrollo de Aplicaciones Web en el Comercio Electrónico   | Software Corporativo                   | Corporate Software              | 3        | OB       | 1º           | Ingeniería de Software e Inteligencia Artificial - Lenguajes y Sistemas Informáticos |
| Tecnológico | Soporte Informático              | Software Corporativo y Seguridad en el Comercio Electrónico | Posicionamiento y Seguridad en la Red. | Positioning and Security in Web | 3        | OB       | 2º           | Ingeniería de Software e Inteligencia Artificial - Lenguajes y Sistemas Informáticos |

El cambio se deriva de la necesidad de adaptar la denominación precisa de estas asignaturas a las realidades tecnológicas del momento. Este cambio no implica modificaciones en los módulos, materias y competencias de la titulación por lo que el proceso de cambio es estrictamente interno de la UCM

La modificación cumplió con los oportunos requisitos de tramitación y aprobación por las instituciones académicas de la UCM y ha entrado en vigor en el curso 2019-2020.

## 8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.

A continuación, se recogen las principales fortalezas del título, detectadas a partir de los indicadores de resultado y de satisfacción, y de los elementos propios del SGIC. Además, se ofrece un breve comentario para su análisis causal, y un plan de acciones a desarrollar para el mantenimiento en el tiempo de estas fortalezas.

**Fortaleza: funcionamiento de la Comisión Académica del Máster y de las reuniones de coordinación.** Estas reuniones, como se ha podido comprobar en el desglose de temáticas, sugerencias, debates y acuerdos propios de las reuniones celebradas durante el curso 2018-2019 (ver apartado 2 de la presente memoria), generan un importante flujo de información entre los responsables de la docencia en el Máster, derivando en un nivel de coordinación y cooperación muy positivo. Como acciones para el mantenimiento de esta fortaleza se propone fijar un mínimo de una reunión ordinaria de coordinación, con la participación de la totalidad de profesores, por curso académico. Del mismo modo, se propone que la Comisión Académica celebre un mínimo de dos reuniones ordinarias por curso.

**Fortaleza: el porcentaje de créditos de docencia impartidos por profesores asociados,** que aportan experiencia profesional especializada de manera directa para los estudiantes supera el 40% (véase el apartado 3 de la memoria para más detalles), lo que creemos resulta altamente positivo en el caso de un título profesionalizante como el Máster en Comercio Electrónico. La acción propuesta para el mantenimiento de esta fortaleza consistirá en solicitar a estos profesores, en general, y a los Departamentos de los que proceden, su continuidad en el Máster, con alguna modificación para reforzar más la vinculación con el Comercio Electrónico

**Fortaleza: el 100% de las evaluaciones del profesorado completadas a través de Docentia fueron positivas.** Aunque al tratarse de un sistema voluntario cabe la posibilidad de que sólo los mejores docentes sometan a evaluación su actividad en el Máster, es importante que los que lo hacen obtengan resultados favorables. La acción para el mantenimiento de esta fortaleza es continuar con las campañas de concienciación a profesores y alumnos para participar en Docentia. Por otra parte, se ha conseguido un porcentaje de participación en las evaluaciones del 50% del profesorado que, aunque mejorable, es un buen indicador en una titulación con alto nivel de profesorado asociado

**Fortaleza: resultados muy favorables para diversos indicadores, y en especial para las tasas de abandono, eficiencia, éxito y graduación,** que superan los niveles planteados por la memoria verificada del título, tal y como puede apreciarse en la exposición realizada en el apartado 5.1 de esta memoria.

Es destacable que estas cifras favorables son ya **sostenidas en el tiempo durante los últimos cursos**. Las causas de esta fortaleza obedecen a múltiples razones y actuaciones, fruto de un proceso de mejora continua, focalizado en diversos aspectos asociados por ejemplo al TFM, que fue identificado en su momento por el SGIC como el principal obstáculo para los estudiantes a la hora de concluir el Máster.

Para superar el anterior obstáculo se han introducido mejoras sucesivas en años anteriores como la Guía sobre el TFM, el “Laboratorio de Ideas sobre TFMs”, el sistema de asignación de tutores y la realización de TFMs grupales.

Como acciones para el mantenimiento de esta fortaleza se ha activado la propuesta de modelo de TFM, recogido en la memoria de verificación, consistente en la participación voluntaria de un juego de empresas grupal a través de un software de simulación centrado en la gestión de un negocio de comercio electrónico con un gran éxito en diversas vertientes: alto porcentaje de participación y superación del TFM y alta satisfacción del alumnado por el tipo de actividad y

posibilidad de aplicación de los contenidos formativos adquiridos. Por ello se desea mantener un segundo año para comprobar su calidad en el tiempo

**Fortaleza: satisfacción del profesorado con su participación en el Máster.** Tal y como se comentó con mayor detalle en el apartado 5.2 de la memoria, el nivel de satisfacción ha sido excepcionalmente alto en los últimos cursos, **alcanzando en su indicador global la calificación de más de 8 sobre 10** en el curso 2018-2019 (incluyendo un caso excepcional que puntuó su satisfacción de una forma muy baja sin recibir la coordinación, ningún comentario al respecto).

Las causas más probables son el mantenimiento de canales fluidos de comunicación con el profesorado, fomentando la participación del mismo en actividades de extensión para los estudiantes, eventos de intercambio de experiencias entre docentes, amén de las reuniones de coordinación y de la Comisión Académica.

Tras las adaptaciones de los horarios y periodos de docencia a la presencialidad exigida al título, los horarios y condiciones de trabajo se han mantenido relativamente estables lo que puede crear también cierto contexto favorable para desarrollar su labor docente de manera satisfactoria. Como acciones para mantener esta fortaleza se plantea mantener los cauces de participación del profesorado en el Máster (ver la primera de las fortalezas), y retocar los horarios para evitar cierta concentración docente manteniendo el concepto general del bimestre con eje de funcionamiento temporal. Como elemento adicional, de cara al curso 2019-2020 se planteará a la Facultad de Comercio y Turismo organizar una II Jornada sobre Mejores Prácticas Docentes en Máster en colaboración con el resto de másteres.

**Fortaleza: Alta satisfacción de los estudiantes y entidades colaboradoras con las prácticas externas.** Tal y como se ha puesto de manifiesto en el apartado 5.5, y también de manera continuada respecto a cursos anteriores, tanto estudiantes como entidades colaboradoras en las prácticas externas demuestran un alto grado de satisfacción y valoración de la utilidad de las mismas. El interés de las empresas por los alumnos del Máster, bien para ser contratados o tenidos en cuenta en procesos de selección, es el mejor indicador del éxito del programa de prácticas externas del Máster en Comercio Electrónico.

|                                                                              | <b>FORTALEZAS</b>                                                                                            | <b>Análisis de la fortaleza</b> | <b>Acciones para el mantenimiento de las fortalezas</b>                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Estructura y funcionamiento del SGIC</b>                                  |                                                                                                              |                                 |                                                                                                                                                                        |
| <b>Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación</b>       | F1. Excelente funcionamiento de la Comisión Académica del Máster y reuniones de coordinación                 | Ver apartado 2                  | Fijar un mínimo de una reunión ordinaria de coordinación por curso, y de dos reuniones de la Comisión Académica del Máster en función de las necesidades académicas    |
| <b>Personal académico</b>                                                    | F2. Docencia de profesores asociados.<br>F3. 100% evaluaciones positivas del profesorado                     | Ver apartado 3                  | Solicitar a estos profesores su continuidad en el Máster, y su participación en Docencia con alguna excepción derivada de su vinculación al Comercio Electrónico       |
| <b>Sistema de quejas y sugerencias</b>                                       |                                                                                                              |                                 |                                                                                                                                                                        |
| <b>Indicadores de resultados</b>                                             | F4. Valores muy positivos y sostenidos en el tiempo en las tasas de abandono, eficiencia, éxito y graduación | Ver apartado 5.1                | Fomento de TFM's grupales<br>Mantenimiento del 'business game' para el TFM un segundo año para comprobar resultados                                                    |
| <b>Satisfacción de los diferentes colectivos</b>                             | F5. Satisfacción PDI (10 sobre 10)                                                                           | Ver apartado 5.2                | Mantener cauces de participación (coordinación y Comisión Académica), modificar horarios y periodos de docencia.<br>II Jornada de Mejores Prácticas Docentes en Máster |
| <b>Inserción laboral</b>                                                     |                                                                                                              |                                 |                                                                                                                                                                        |
| <b>Programas de movilidad</b>                                                |                                                                                                              |                                 |                                                                                                                                                                        |
| <b>Prácticas externas</b>                                                    | F6. Alta satisfacción de alumnos y entidades colaboradoras                                                   | Ver apartado 5.5                | Participación de empresas en actividades de extensión<br>Organización de una II Jornada sobre Comercio Electrónico                                                     |
| <b>Informes de verificación, seguimiento y Renovación de la Acreditación</b> |                                                                                                              |                                 |                                                                                                                                                                        |

## 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.

En este apartado se indican las principales debilidades observadas en el título, detectadas a partir de los indicadores de resultado y de satisfacción, y de los elementos propios del SGIC. Además, se ofrece un breve comentario para su análisis causal, y las acciones a desarrollar para intentar su corrección, las cuales se detallan en mayor medida a lo largo del apartado 9.2.

**Debilidad: sólo un 50% de los profesores pudieron completar su evaluación docente** Consideramos necesario que se puedan completar un porcentaje más significativo de evaluaciones, pero son necesarios un número determinado de respuestas al cuestionario que deben completar los estudiantes y un nivel de presión por parte del Rectorado para que la evaluación obligatoria sea realmente efectiva.

El problema de la baja participación en las encuestas ha sido persistente a lo largo de las distintas promociones del Máster. Se ha destacado en múltiples ocasiones anteriores y se puso de manifiesto por el Informe de Renovación de la Acreditación del título, que recomendaba “tomar medidas para incentivar la participación en las encuestas de estudiantes y profesores”.

No obstante, resulta difícil de solucionar pues desde el Rectorado existen restricciones operativas como solicitar que la aplicación de Docentia permanezca abierta durante el desarrollo de las asignaturas, lo que permite un mayor de participación del alumnado. O bien que precisen de una modificación de los sistemas informáticos generales como que la realización de las encuestas sea obligatoria para los estudiantes antes de poder acceder a sus calificaciones, han resultado infructuosas. Igualmente, las campañas de recordatorio, realizadas por la coordinación cada curso, tampoco parecen tener efectos significativos. La causa principal de la escasa participación es que esta tiene carácter voluntario.

Las acciones de mejora a realizar en este caso incluirán para el curso 2019-2020:

- *Mantenimiento de la sesión monográfica dirigida a estudiantes. Se va a intentar realizar en el segundo bimestre, una vez abiertos los sistemas de Docentia para que a continuación procedan a grabar todas las evaluaciones presentadas.*
- *Realización de una sesión recordatorio en aula informática en el segundo cuatrimestre para que aprovechando la defensa de los TFM los alumnos graben las respuestas de las encuestas de este cuatrimestre*

**Debilidad: el alumnado declara un conocimiento y utilización bajos del sistema de quejas y sugerencias**, a pesar de haberlas planteado por diversos cauces. Tal y como se comentó en el apartado 4 de esta memoria, en el curso 2018-2019 un 700% de los estudiantes encuestados declaró no conocer los canales de quejas y sugerencias, y sólo un 10% decía haber realizado alguna. Al parecer, cuando se realizan quejas y sugerencias ante el coordinador, Vicedecanatos, etc., el alumno no es consciente de estar utilizando el sistema de quejas y sugerencias. Es por ello necesario desarrollar una “cultura de la calidad” entre los distintos colectivos participantes en el título, haciendo especial hincapié en los estudiantes.

Como acciones de mejora respecto a esta debilidad se plantean tanto la sesión monográfica como la guía breve sobre evaluación de la calidad. En ellas se podrá detallar al alumnado los canales propios del sistema de quejas y sugerencias, y cómo hacer un uso apropiado de ellos.

**Debilidad: la satisfacción media del alumnado es muy baja (IUCM-13 de 4.7 sobre 10), y los resultados obtenidos de las encuestas de satisfacción de los estudiantes muestran una dispersión e inconsistencia importantes.** Tal y como se explicó en el apartado 5.2 de la presente memoria, esto dificulta enormemente la identificación de debilidades específicas sobre la que

*llevar a cabo acciones de mejora concretas. Evidencias complementarias recogidas por el SGIC, vinculadas al sistema de quejas y sugerencias (y su utilización durante el curso 2017-2018), y que se han discutido en Comisión Académica del Máster, apuntan a un descontento entre los estudiantes que muestran un rendimiento inferior al esperado en la realización de su TFM. Existe la posibilidad de que estos alumnos hayan canalizado esta frustración hacia las encuestas de satisfacción, valorando negativamente un amplio conjunto de ítems. Esto explicaría los resultados inconsistentes y, en media, desfavorables para el título.*

*Nuevamente, en este caso se proponen también como acciones de mejora una sesión monográfica con estudiantes sobre evaluación de la calidad, y una guía breve sobre este tema, a distribuir entre todos los alumnos del curso 2018-2019. En ambas se hará hincapié en cómo hacer un uso responsable de los instrumentos de evaluación de la calidad del título.*

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

*A continuación, se detalla el conjunto de acciones específicas a desarrollar para el mantenimiento de fortalezas y cobertura de debilidades a lo largo del curso 2019-2020, detallando los indicadores de resultados que se utilizarán para valorar su efectividad y los responsables de su ejecución.*

***Acción: Mantener de un número mínimo de reuniones ordinarias de coordinación y de la Comisión Académica del Máster.*** Esta acción pretende mantener como fortaleza el adecuado funcionamiento del sistema de coordinación. La métrica para valorar su efectividad (o cumplimiento en este caso) es el número de reuniones fijado: 1 para las reuniones de coordinación, y 2 para las reuniones de la Comisión Académica del Máster, si bien estos números pueden intercambiarse en función de las dinámicas del curso. El responsable de su ejecución será el coordinador del Máster, pues es quien convoca las reuniones mencionadas-

***Acción: campaña de recordatorio sobre la participación en Docentia, dirigida tanto a docentes como a estudiantes.*** Esta acción debería permitir mantener fortalezas como la obtención de un 100% de evaluaciones positivas (IUCM-8), y cubrir debilidades como que solo un 50% participe en el programa. Esta acción irá acompañada de una reunión en aula informática por cuatrimestre para facilitar la respuesta inmediata de las encuestas abiertas en ese momento. El responsable de su ejecución será el coordinador del Máster, pues es quien convoca las reuniones mencionadas. El control de seguimiento se efectuará informando de la fecha de celebración del laboratorio en la Memoria Anual de Seguimiento correspondiente al curso 2019-20

***Acción: celebración de una sesión sobre TFM's.*** Esta acción se orienta al fomento de los TFMs grupales y en especial el Juego de Empresas, que han tenido una incidencia positiva en distintos indicadores de resultados del título, así como en las calificaciones y finalización de estudios por parte de los alumnos. Esta jornada se realizará entre el 20 de enero y el 10 de febrero aproximadamente. El control de seguimiento se efectuará informando de la fecha de celebración del laboratorio en la Memoria Anual de Seguimiento correspondiente al curso 2019-20. El responsable de ejecución, en cuanto a la convocatoria, será el coordinador del Máster, pero en cuanto a ejecución implicará al conjunto del profesorado del título.

***Acción: Implantación por segundo año del juego de simulación de gestión de empresas' como alternativa para la realización del TFM.*** Con ello se pretende continuar con la actividad comenzada en el curso 2018-2019. Esto debería reducir la tensión que generan los actuales sistemas de elaboración de TFM para ciertos alumnos. Los responsables de ejecución serán el coordinador y la Comisión Académica del Máster.

***Acción: propuesta de organización de una II Jornada sobre Mejores Prácticas Docentes en Máster a la Facultad de Comercio y Turismo.*** Esta actuación va encaminada a mantener la fortaleza observada en cuanto a satisfacción del PDI, y también a poder introducir innovaciones metodológicas docentes, tal y como sugería el Informe de Renovación de la Acreditación del título. El control de seguimiento se efectuará informando de la fecha de celebración de la Jornada en la Memoria Anual de Seguimiento correspondiente al curso 2019-2020. El responsable de

*ejecución, en cuanto a la convocatoria, será el coordinador del Máster (además de los Vicedecanatos pertinentes), pero en cuanto a ejecución implicará al conjunto del profesorado del título.*

***Acción: lograr la participación de empresas en las actividades de extensión.*** Se trata de un mecanismo para reforzar la relación con agentes externos y mantener la fortaleza alcanzada en cuanto a la calidad de las prácticas externas. El seguimiento se realizará informando de las empresas participantes en las actividades de extensión en la Memoria Anual de Seguimiento correspondiente al curso 2019-2020. El responsable de ejecución, en cuanto a la convocatoria, será el coordinador del Máster, pero en cuanto a propuesta y ejecución puede implicar a cualquier profesor del título.

***Acción: sesión monográfica con estudiantes sobre evaluación de la calidad.*** Esta acción persigue cubrir varias de las debilidades detectadas en el título (ver apartado 9.1 de la memoria). En concreto: a) incrementar la participación de los estudiantes en el programa Docentia para que los profesores puedan completar su evaluación; b) que conozcan y utilicen adecuadamente el sistema de quejas y sugerencias; y c) que se haga un uso responsable e informado de las encuestas de satisfacción con el título. El control de seguimiento se efectuará mediante la fecha de celebración de la sesión, y el de efectividad, a partir de los datos de la encuesta de satisfacción de estudiantes del curso 2018-2019. La responsabilidad de la ejecución recaerá en el coordinador del título, que convocará y participará activamente en la sesión. No obstante, la organización de la misma requerirá de la coordinación entre la Comisión Académica del Máster y la Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo. Esta acción se completará con el Proyecto de Innovación Docente del Centro para difusión de la importancia de la evaluación de la calidad y fomento de la participación estudiantil. Se informará de este proyecto en la memoria de seguimiento del curso 2019-2020

| <b>PLAN DE MEJORA</b>                                                        | <b>Puntos débiles</b>                                                                                                    | <b>Causas</b>    | <b>Acciones de mejora</b>                                                       | <b>Indicador de resultados</b>             | <b>Responsable de ejecución</b>                          | <b>Fecha de realización</b> |
|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------|
| <b>Estructura y funcionamiento del SGIC</b>                                  |                                                                                                                          |                  |                                                                                 |                                            |                                                          |                             |
| <b>Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación</b>       |                                                                                                                          |                  |                                                                                 |                                            |                                                          |                             |
| <b>Personal Académico</b>                                                    | D1. 50% de profesores con una evaluación docente completada                                                              | Ver apartado 3   | Campaña de recordatorio<br>Sesión sobre calidad y opción de respuesta inmediata | IUCM-7<br><br>IUCM-7                       | Coordinador<br>Comisión Académica<br>Comisión de Calidad | Curso 2019-2020             |
| <b>Sistema de quejas y sugerencias</b>                                       | D2. El alumnado declara bajo conocimiento y utilización del sistema                                                      | Ver apartado 4   | Sesión y guía sobre calidad                                                     | Datos encuesta satisfacción de estudiantes | Coordinador<br>Comisión Académica<br>Comisión de Calidad | Curso 2019-2020             |
| <b>Indicadores de resultados</b>                                             |                                                                                                                          |                  |                                                                                 |                                            |                                                          |                             |
| <b>Satisfacción de los diferentes colectivos</b>                             | D3. Baja satisfacción media del alumnado, con dispersión e inconsistencia de los resultados obtenidos de los estudiantes | Ver apartado 5.2 | Sesión y guía sobre calidad                                                     | Datos encuesta satisfacción de estudiantes | Coordinador<br>Comisión Académica<br>Comisión de Calidad | Curso 2019-2020             |
| <b>Inserción laboral</b>                                                     |                                                                                                                          |                  |                                                                                 |                                            |                                                          |                             |
| <b>Programas de movilidad</b>                                                |                                                                                                                          |                  |                                                                                 |                                            |                                                          |                             |
| <b>Prácticas externas</b>                                                    |                                                                                                                          |                  |                                                                                 |                                            |                                                          |                             |
| <b>Informes de verificación, seguimiento y renovación de la acreditación</b> |                                                                                                                          |                  |                                                                                 |                                            |                                                          |                             |

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