

VICERRECTORADO DE CALIDAD

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

Universidad/es participantes	Centro
UCM	FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

Créditos	Doble grado/máster	curso de implantación	Prácticas externas	Programas de movilidad
60	MÁSTER	2015-16	X (optativa)	--

ÚLTIMA EVALUACIÓN DE LA AGENCIA EXTERNA			
Verifica	Modificación Verifica	Seguimiento externo	Acreditación
22/05/2015	--	Fundación Madri+d	X

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

INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO

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

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

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

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

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

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

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

ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO DE MÁSTER

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

Se han puesto en marcha los procedimientos del sistema de garantía de calidad previstos en la memoria de verificación y concretamente respecto a la estructura y funcionamiento del sistema de garantía de calidad (SGIC) del Título.

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

La responsable de garantizar la calidad interna de los títulos de la Facultad de Comercio y Turismo es la Decana de la Facultad o persona en quien delegue, que presidirá la Comisión de Calidad de la Facultad.

La Comisión de Calidad, aprobada por la Junta de Centro, tienen como objetivo principal garantizar la calidad de las titulaciones que funciona con un reglamento específico aprobado por dicha Junta. Se trata de una Comisión delegada de la Junta de Centro.

La composición de la Comisión de Calidad fue aprobada por la Junta de Facultad 5/2018 de 16 de julio y se encuentra publicada y actualizada en la web de la Facultad de Comercio y Turismo: (<https://comercioyturismo.ucm.es/sistema-de-garantia-interna-de-calidad-sgic>).

La relación nominal de la Comisión de Calidad se encuentra publicada en la web de la Facultad: <https://comercioyturismo.ucm.es/file/relacion-nominal-de-los-responsables-del-sgic>

Durante el curso 2021-2022 se han producido cambios en la composición, con respecto al curso 2020-2021 dado el cambio en la coordinación de alguno de los miembros del Equipo Decanal, la Junta de Facultad y la Coordinación de los títulos de la Facultad de Comercio y Turismo.

Composición actualizada en abril de 2021:

Presidenta Yolanda Romero Padilla, Vicedecana de Estudios y Calidad

Secretaria Coral Illana Rodríguez, Representante del PAS

Vocal Adolfo Millán Aguilar, Representante del PDI permanente

Vocal Amparo Carrasco Pradas Representante del PDI permanente

Vocal Javier Curiel Díaz Representante del PDI permanente

Vocal Ana Isabel Rosado Cubero, Representante del PDI permanente

Vocal Clara Martín Duque, representante del Resto de PDI

Sara Jiménez Peña, Representante de Estudiantes

Lidia de la Morena Fernández, Representante de Estudiantes

Invitados

Invitada Francis Blasco López, Decana de la Facultad

Invitado Milagros Serrano Cambroner, Coordinación Grado en Turismo

Invitada Pilar Gómez Aparicio, Coordinación Grado en Comercio

Invitada Lourdes Susaeta Erburu, Coordinación Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras

Invitado Pablo Garrido Pintado, Coordinación Máster Comercio Electrónico

Invitado Ignacio Ruiz Guerra, Coordinación Máster en Planificación de Destinos Turísticos

Invitada Matilde Fernández-Cid Enríquez, Coordinación Máster en Consumo y Comercio

Invitado Adolfo Hernández Estrada, Coordinación Máster en Consumo y Comercio y del Programa de Doctorado Interuniversitario en Turismo

Invitada María García Hernández, Coordinación del Programa de Doctorado Interuniversitario en Turismo

Invitada Isabel Ramos Gallardo, Gerente del Centro.

Agente externo Antonio Santos del Valle: Director Departamento de Relaciones Institucionales y Turismo – Innova Tax Free

Agente externo Alfonso Castellano: CEO – High Tech / Petit Palace Hoteles

Agente externo Armando Rodríguez Ocaña, Presidente de la Fundación Ciudad y Comercio.

Desde el año académico 2015-16, primero de impartición del Máster en Consumo y Comercio, la coordinadora, durante el curso 2020-21 los dos co-coordinadores, de este título participan en la Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo. Esta participación de coordinadores de los cursos de nivel máster en la Facultad como invitados en la Comisión de Calidad resulta especialmente interesante, como foro de encuentro e intercambio (opiniones, experiencias, valoraciones, propuestas), dado el papel que dicha Comisión asume en el establecimiento de criterios de calidad, de seguimiento, de control y de proposición en todas las titulaciones impartidas en la Facultad de “Comercio y Turismo”.

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

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

En este reglamento se hace referencia a las sesiones, la adopción de acuerdos y los efectos de los acuerdos:

- **Sesiones**

- La Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo se reunirá en sesiones ordinarias y extraordinarias. Se realizarán tres reuniones ordinarias al año. Una al comienzo del curso, otra a mitad del curso, y la última, al concluir el periodo de docencia presencial.
 - La Comisión de Calidad se reunirá en sesiones extraordinarias por iniciativa de el/la Presidente/a o cuando así lo solicite un mínimo del 20% del total de miembros de pleno derecho. La convocatoria de estas sesiones se realizará con una antelación mínima de 48 horas y contendrá el orden del día de la reunión. Por razones de urgencia, el/la Presidente/a, previo acuerdo de la Comisión, podrá convocar verbalmente nueva reunión de la misma durante la celebración de una sesión, enviándose notificación urgente a los miembros no presentes
- **Adopción de acuerdos**
- Las decisiones se tomarán por acuerdo cualificado (2/3 de los votos) de los miembros de la Comisión por asentimiento o por votación pública a mano alzada, a propuesta de su Presidente/a. En todo caso, la propuesta de modificación del Reglamento de Funcionamiento de la Comisión de Calidad requerirá su aprobación por mayoría absoluta. En caso de empate, el Presidente/a dispondrá de voto de calidad
 - Excepcionalmente, los acuerdos podrán adoptarse por votación secreta a petición de alguno de sus miembros. Siempre será secreta la votación referida a personas. Realizada una propuesta por el Presidente/a, se considerará aprobada por asentimiento si ningún miembro solicita la votación ni presenta objeción u oposición a la misma.
 - Una vez anunciado el comienzo de una votación por el Presidente/a, ningún miembro podrá interrumpirla salvo para plantear una cuestión de orden relativa a la forma en que se está efectuando.
- **Efectos de los acuerdos**
- Los acuerdos y decisiones adoptados por la Comisión de Calidad tendrán los efectos que les sean propios en función de su contenido y de lo establecido en la normativa vigente.
 - Los acuerdos y decisiones adoptados por la Comisión de Calidad se comunicarán a los interesados, en su caso, para realizar los cambios y mejoras oportunas. Se informará en las siguientes reuniones sobre su nivel de avance o de cumplimiento. Se elevarán a la Junta de Facultad, para su ratificación, los acuerdos que corresponda en su ámbito de competencia, así como los que la Comisión decida dada su especial trascendencia.

En el Centro existe una Comisión de Ordenación Académica, cuyas funciones sus funciones son relativas a la gestión corriente de la actividad académica. Las cuestiones relativas a las prácticas externas se canalizan a través de la Comisión de Prácticas Externas, responsable de su gestión. Adicionalmente, cada grado y máster dispone de su propia Comisión de Coordinación del Título (Ver apartado 2).

1.3.- Periodicidad de las reuniones y acciones emprendidas.

A lo largo del curso 2021-2022 se han celebrado tres reuniones de la Comisión de Calidad, cuyas fechas y contenidos se detallan a continuación:

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
17-11-2021	Marco estratégico para la docencia 2021-22 y modificaciones Proceso de certificación ISO 9001	Análisis de auditorías realizadas Mejora: documentación sobre programación docente y coordinación de asignatura

31-5-2022	Renovación de miembros de la Comisión: informe de la nueva composición Aprobación de autoinforme de seguimiento ordinario del Grado en Comercio y del Grado en Turismo	Acuerdo: aprobación de los autoinformes de seguimiento ordinario del Grado en Comercio y del Grado en Turismo
14-7-2022	Cambio titular de Coordinación en Grado en Comercio Revisadas Guías docentes siguiendo recomendaciones UCM y Fund. Madrimasd Análisis de Informes provisionales de seguimiento de Grados en Comercio y Turismo	Aprobación de alegaciones a Informes provisionales de seguimiento de Grados en Comercio y Turismo

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Compromiso e implicación de todas las personas componentes (tanto con voz y voto como quienes con voz pero sin voto). SGIC consolidado y eficiente en el control y detección de mejoras	

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

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

El Máster en Consumo y Comercio dispone de una Comisión de Coordinación propia, formada por el grupo de profesores que han venido trabajando durante todo el proceso de implantación del Título, desde la presentación y defensa de su propuesta hasta su aprobación y puesta en funcionamiento. Se organizó en un origen como "Comisión para el Diseño del Plan de Estudios del Máster Universitario Oficial en Consumo y Comercio", antes de su presentación, propuesta y votación como "Comisión de Coordinación" en reunión del Equipo Docente (puesto que comenzó su trabajo con anterioridad a la aprobación del propio Máster). La Comisión de Coordinación fue aprobada en primera reunión con Equipo Decanal y Equipo Docente del curso, celebrada (inmediatamente después de la aprobación del Máster) el día 3 de junio de 2015. Tras pasar por los procesos propositivos y de aceptación, durante el año académico 2021-22 dos de los componentes de la Comisión de Coordinación han asumido de forma conjunta el papel y las funciones de coordinador del Máster; componentes de la Comisión de Coordinación durante el año académico 2021-22:

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

Desde la notificación de aprobación del Máster por el Administrador Verifica ANECA, en mayo de 2015, la Comisión de Coordinación mantiene frecuentes reuniones para tener un seguimiento próximo de la marcha del Curso. En ellas abordamos desde asuntos relativos a protocolos de matrícula (facilitación de procesos de matrícula al alumnado y atención de posibles incidencias)

hasta relaciones institucionales implicadas en la marcha del curso (con el propio Rectorado, con Instituciones públicas y privadas y Organizaciones intervinientes en consumo y comercio).

En relación a la coordinación docente, la coordinación vertical en el seno del propio curso se garantiza a partir del trabajo tanto de la figura del Coordinador del máster (con funciones asignadas en esta tarea) como de la Comisión de Coordinación -integrada actualmente por los cuatro miembros del equipo docente nombrados. La coordinación horizontal cuenta con la figura del coordinador de asignatura y del trabajo del conjunto del Equipo docente. El Equipo Docente tiene reuniones periódicas donde se abordan tareas de intercambio de información y toma de decisiones sobre contenidos, dinámica, evaluación, etc. entre las distintas Materias y Asignaturas del Máster. En estas reuniones (obviamente más escasas que las mantenidas en la Comisión de Coordinación, pero al menos con la frecuencia de tres anuales) también se habla sobre tareas exigidas, tiempos docentes, recursos o coordinación de carga de trabajo del alumnado, entre otros asuntos (algunos previstos, otros emergentes en la propia reunión o a demanda de profesorado).

Están previstas tres reuniones de equipo docente en cada año académico: al inicio (septiembre/octubre), entre primer y segundo semestres (enero/febrero) y al final de curso. En el año académico del que estamos dando cuenta, 2021-22, además de una primera convocatoria con motivo de la celebración de Jornada de Apertura, se celebraron reuniones de Equipo Docente en las fechas recogidas en el cuadro.

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

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

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
20 sept. 2021	Acto de bienvenida Conformación tribunales para presentación-defensa y evaluación de TFMs Presentación de componentes de grupo de alumnos nuevo curso	Problema de poca disponibilidad de profesores para formar parte de Tribunales de TFMs Atención y seguimiento de cuestiones formales en protocolos de matriculación, permisos, nuevas incorporaciones...
15 dic. 2021	Trayectoria de primeros meses del curso Participación de profesorado en tutoría TFMs Prácticas externas: próximo inicio	Disponibilidad de profesorado para dirigir TFMs y compromisos para este curso Orientación a nuevos docentes incorporados
26 ene. 2022	Información sobre marcha del primer período lectivo Informe sobre fechas de clase y exámenes. Propuesta de asignación de tutorías de TFM. Previsiones para el segundo período lectivo	Intercambio de experiencias de coordinación de trabajo compartido entre asignaturas Invitados externos en algunas asignaturas: aportación de profesionales en activo

19 mayo 2022	<p>Evolución 2º período lectivo (clases, Prácticas externas...)</p> <p>Previsión de presentación-defensa de TFMs en 1ª convocatoria... y necesidad de conformación de tribunales</p> <p>Encuentro festivo de cierre de clases: profesores y grupo de alumnos (se invita también a titulados de años anteriores y a conferenciantes-colaboradores).</p>	<p>Contacto con estudiantes matriculados este curso en TFMs pero provenientes de cursos anteriores (especial seguimiento desde coordinación).</p> <p>Planteado, como problema, la necesidad de una mejor difusión del curso (otra de las tareas hace tiempo planteadas pero aplazadas por no disponer de los recursos -sobre todo tiempo- necesarios).</p>
--------------	--	--

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Buen funcionamiento de comisión de coordinación y de implicación de miembros del equipo docente.</p> <p>Buena respuesta y adaptabilidad del nuevo profesorado incorporado al Equipo docente.</p>	<p>Sobrecarga de trabajo del profesorado, que dificulta la organización de tareas añadidas a la docencia de sus asignaturas.</p> <p>Dificultades para asumir el seguimiento de alumnos titulados en nuestro Máster (tarea siempre pendiente).</p>

3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO

Durante el año académico 2021-22, un total de 13 profesores impartía 10 de las asignaturas del Plan de Estudios. Entre esos trece profesores, y considerando sus categorías de contrato, la mayoría (69%) es personal docente permanente. Salvo dos de sus miembros, el resto del equipo docente tiene el título de doctor (84,6%). La asignatura optativa de Prácticas es asignada a varios profesores, ya que la responsabilidad de tutorías que conlleva es distribuida desde el Vicedecanato de Ordenación Académica y Profesorado de la Facultad de Comercio y Turismo (que realiza esta distribución en función de la carga de dedicación docente de los distintos Departamentos con docencia en la Facultad). La docencia de las asignaturas conlleva la siguiente distribución por categoría de contrato del profesorado:

Categoría	Personas	% de Personas	Créditos Impartidos	% de Créditos Impartidos	Sexenios
Asociado	2	15,4%	4,50	11,1%	0
Ayudante Doctor	2	15,4%	6,75	16,7%	0
Catedrático de Escuela Universitaria	1	7,7%	4,50	11,1%	0
Contratado Doctor	3	23,0%	11,25	27,8%	0
Titular de Universidad	5	38,5%	13,50	33,3%	8

Todas las asignaturas del título tienen un reconocimiento de 6 ECTS para los estudiantes (correspondientes a 45 horas de impartición por profesorado), homogénea distribución que responde a la ponderación de contenidos planificada y contrastada cuando se diseñó el Plan de Estudios (en lógica con sus objetivos y en consenso con los Departamentos implicados). Esta dedicación lectiva facilita, por una parte, un adecuado despliegue de contenidos contemplados en los programas docentes de las asignaturas y, por otra parte, una dinámica de interacción y participación activa en clase. La implicación por parte del profesorado también se facilita cuando existe una continuidad en la asunción de responsabilidad docente en el Máster, sin embargo cuando ha habido entrada de nuevos profesores ha venido acompañada de compromiso y buena integración en el curso.

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

	1º curso de seguimiento o curso autoinforme acreditación	2º curso de seguimiento o 1º curso de acreditación	3º curso de seguimiento 2º curso de acreditación	4º curso de seguimiento o 3º curso de acreditación
IUCM-6 Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente	71,43	62,5	81,3	83,3
IUCM-7 Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente	60	37,5	75	100
IUCM-8 Tasa de evaluaciones positivas del profesorado	100	100	33,3	100

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Interdisciplinariedad. Profesionalidad y experiencia Nivel de satisfacción manifestado	

4. ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS

Varios son los canales formales mediante los que el alumnado puede comunicar preguntas, quejas, sugerencias, reclamaciones; apuntamos los que con carácter más próximo y accesible han sido previstos y estuvieron habilitados durante el año académico 2021-2022:

- Reclamaciones por escrito presentadas en la secretaría de alumnos

Este tipo de reclamaciones se cursan y resuelven desde el Vicedecanato de Alumnos y Calidad. No se han formalizado durante el curso pasado reclamaciones en este ámbito.

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

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

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

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

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

Ésta es una vía que generalmente se considera más próxima y suele ser más utilizada. Durante el año académico 2021-2022 se estableció comunicación fluida con la coordinación del curso y

se fueron transmitiendo las preguntas, demandas o propuestas que puntualmente fueron emergiendo, por ejemplo en torno a protocolos administrativos, posibilidades de cambios o ajustes de matrícula o, cuando llegó el momento, de dificultades de interpretación de protocolos para la realización de TFMs (en un par de casos no fue admitida propuesta de entrega tras haber desconectado con tutor y no entregar un trabajo con mínima calidad).

No se registraron quejas a través de los canales formales.

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

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

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Pluralidad de canales, facilidad de acceso, atención y respuesta fluida	Falta de manifestación explícita, durante el curso, de motivos de insatisfacción

5. INDICADORES DE RESULTADO

5.1 Indicadores académicos y análisis de estos

INDICADORES DE RESULTADOS

*ICM- Indicadores de la Comunidad de Madrid *IUCM- Indicadores de la Universidad Complutense de Madrid	1º curso de seguimiento o curso autoinforme acreditación	2º curso de seguimiento o 1º curso de acreditación	3º curso de seguimiento o 2º curso de acreditación	4º curso de seguimiento o 3º curso de acreditación
ICM-1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas	40	40	40	40
ICM-2 Matrícula de nuevo ingreso	30	22	13	25
ICM-3 Porcentaje de cobertura	75%	55%	32,5%	62,5%
ICM-4 Tasa de rendimiento del título	89,04	93,61	92,14	95,98
ICM-5 Tasa de abandono-del título	8,97	0,0	0,0	7,69
ICM-7 Tasa de eficiencia de los egresados	96,39	94,38	88,44	99,01
ICM-8 Tasa de graduación	84,21	60,00	88,89	77,27
IUCM-1 Tasa de éxito	97,81	100	98,47	100
IUCM-5 Tasa de demanda del máster	697,5	495	475	442,5
IUCM-16 Tasa de evaluación del título	91,03	93,61	93,57	95,98

ICM-1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas

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

ICM2-Matrícula de nuevo ingreso

Una vez superada la incidencia de la pandemia se ha recuperado número de matrículas superando las de los dos últimos años académicos (prevemos incremento de recuperación).

ICM-3 Porcentaje de cobertura

En obvia vinculación con lo dicho en comentario de anterior indicador, se está recuperando el porcentaje de cobertura de plazas.

ICM-4 Tasa Rendimiento del título

La Tasa de Rendimiento del título es del 95,98%. Se mueve esta tasa, a lo largo de estos primeros años de funcionamiento del curso, en unos valores altos que consideramos muy positivos; la pequeña representación de quienes no superan la totalidad de créditos ordinarios en relación a los matriculados se puede explicar por situaciones específicas que suponen el incremento de dificultad de seguimiento del curso con máximo aprovechamiento para algunos estudiantes, como son la compatibilidad de estudios y empleo o importantes carencias formativas con las que se acceda al curso.

ICM-5 Tasa de Abandono del máster

Este año ha habido matrícula por parte de quienes tenían algún crédito pendiente del anterior año académico. Hasta ahora, en las cinco promociones de trayectoria de este máster, no se ha alcanzado el 10% previsto en la memoria de verificación.

ICM-7 Tasa Eficiencia de los egresados

La Tasa de Eficiencia de nuestros egresados ha sido en el año académico motivo de esta memoria (2021-22) del 99,01%; recordemos que en la memoria de acreditación se planteaba una previsión del 80% en este indicador.

ICM-8 Tasa Graduación

La tasa de Graduación obtenida durante el año académico 2021-22, fue del 77,27.

IUCM-1 Tasa de éxito

En esta ocasión la tasa de éxito es la máxima obtenible. Cabe pensar que están detrás de este óptimo resultado la evaluación continua, la consideración de prácticas y trabajos de preparación de la asignatura durante el curso y el seguimiento del alumnado por parte del profesorado implicado.

IUCM-5 Tasa de demanda del Máster

Siendo elevada, esta tasa también ha sufrido una variación a la baja en el año académico analizado. Refuerza la decisión, ya comentada, de acometer un abordaje de difusión con alternativas realistas de intervención (considerando recursos disponibles); es tarea que

se plantea de forma conjunta con Decanato de la Facultad de Comercio y Turismo, donde se imparte el título.

IUCM-16 Tasa de evaluación del título

Esta tasa baja levemente respecto a la tasa de éxito, manteniéndose en unos valores que sobrepasan lo previsto en la memoria del título. Apunta al realismo de los alumnos a la hora de presentarse, o no hacerlo, en las convocatorias matriculadas, en función de su expectativa de superación.

Asignatura	Carácter	Matrículas	1ª matrícula	2ª Matrícula y sucesivas	Apr. / Mat.	Apr. / Pres.	N.P. / Pres.	Apr. 1ª Mat. / Mat. 1ª Mat.	NP	SS	AP	NT	SB	MH
ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LAS DECISIONES DE CONSUMO	OPTATIVA	11	11	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	3	7	0	1
COMERCIO Y TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN	OBLIGATORIA	26	26	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	4	22	0	0
CONSUMO DIGITAL:OFERENTES Y PROSUMIDORES	OPTATIVA	21	21	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	1	20	0	0
DERECHO DE CONSUMO Y PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR	OBLIGATORIA	24	24	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	4	14	5	1
LA CADENA DE VALOR Y NUEVAS FÓRMULAS EMPRESARIALES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	OBLIGATORIA	25	25	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	13	12	0	0
LOS PERFILES DEL CONSUMIDOR:ESTILOS DE VIDA Y PROCESOS PSICOSOCIALES	OBLIGATORIA	25	25	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	3	22	0	0
MODELOS DE CONSUMO Y DESARROLLO COMERCIAL:EVOLUCIÓN SOCIO-HISTÓRICA PRÁCTICAS	OBLIGATORIA	25	25	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	8	14	2	1
PRÁCTICAS	OPTATIVA	12	12	0	91,67%	100,00%	8,33%	91,67%	1	0	0	1	10	0
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y RESPONSABILIDAD CIVIL DEL CONSUMIDOR	OBLIGATORIA	25	25	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	7	15	3	0
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE CONSUMO	OBLIGATORIA	26	26	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	13	12	1
TRABAJO FIN DE MÁSTER	PROYECTO FIN DE CARRERA	29	24	5	68,97%	100,00%	31,03%	75,00%	9	0	8	9	2	1

Como puede observarse en la tabla -y se ha visto en indicador anterior de tasa de éxito-, los resultados son muy positivos en la totalidad de asignaturas. Hay algunas personas que han decidido aplazar su presentación-defensa del Trabajo de Fin de Máster para siguiente convocatoria (ya en nuevo año académico), lo que explica la bajada en el porcentaje de superación del curso. Sin embargo, no consideramos negativo una decisión como ésta, que habla más bien del nivel de responsabilidad en la tarea de quienes han tenido unas circunstancias que han justificado esta decisión (la mayoría espera presentarlo en la convocatoria extraordinaria de febrero).

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Buenos resultados académicos	Falta de demanda interna (gran parte de nuestro alumnado de fuera de España)

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

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

El casi insignificante número de personas que participan (no llegan ni al diez por ciento, más cerca del cinco por ciento) desacreditan cualquier resultado o comentario que se pueda establecer.

Dada la generalización de baja participación en los diversos ámbitos y titulaciones, hay que plantear la crítica hacia la sobresaturación de consultas a las que no se ve sentido (esto se evidencia tanto en reuniones formales que tratan específicamente este asunto como en conversaciones y quejas formuladas con carácter más informal y dialógico).

Una más representativa participación ayudaría a matizar el peso -generalmente constatado- de respuestas críticas. Dada la dificultad (tiempo, recursos) de realizar por los responsables del curso un seguimiento de las valoraciones apuntadas, no sólo en relación a su manifestación explícita y cuantificable sino adentrándose en una indagación más cualitativa.

FORTALEZAS	DEBILIDADES

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

Este año se ha vuelto a realizar desde el Rectorado una indagación (cuestionario enviado) entre los egresados del año académico inmediatamente anterior. La participación ha sido de solo 2 estudiantes que muestran muy alta valoración del curso... pero que, como advertimos en anterior apartado, no podemos derivar que representen a todo el grupo.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Insignificante participación.

5.4 Análisis de la calidad de los programas de movilidad.

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

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

FORTALEZAS	DEBILIDADES

5.5 Análisis de la calidad de las prácticas externas.

El Máster de 'Consumo y Comercio' oferta las prácticas externas como asignatura optativa (considerando, como así ha ocurrido, que parte del grupo ya tiene experiencia profesional y puede estar menos interesado en su realización), con una carga de 6 créditos. Durante el año académico 2021-22 la tasa de participación efectiva en esta asignatura fue del 51,85% de las personas matriculadas.

Las prácticas externas son una herramienta formativa importante en el marco del esfuerzo generalizado para la mejora de la cualificación profesional y de las perspectivas laborales de los alumnos del máster en Consumo y Comercio (MOCC), y constituye un buen complemento en la formación de nuestros alumnos. La realización de las prácticas brinda a los estudiantes del MOCC la oportunidad de aplicar los conocimientos teóricos y técnicos adquiridos, en una

situación laboral concreta y así adquirir y desarrollar ciertas competencias profesionales que forman parte de los resultados formativos del plan de estudios del Máster.

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

Respecto a la gestión administrativa, es la Oficina de Prácticas de la Facultad de Comercio y Turismo la encargada de esta labor. Esta oficina funciona bajo la dirección y supervisión del Vicedecanato de Relaciones Institucionales. Además de esta Oficina, como apoyo institucional de la Facultad de Comercio y Turismo existe una Comisión de Prácticas en Empresas, formada por profesores con docencia en el centro, cuyas funciones están delimitadas en la Guía de Prácticas aprobada por la Junta de Facultad. Si bien no es una Comisión Delegada de la Junta de Facultad, ésta recibe información sobre su funcionamiento, funciones, intervención y acuerdos.

La Oficina de Prácticas de la Facultad de Comercio y Turismo, responsable de todo el procedimiento administrativo para la realización de las prácticas externas, facilita una Guía de Prácticas a estudiantes. Esta Guía establece el procedimiento para formalizar el 'alta' en GIPE (protocolo informático: plataforma de gestión integral de prácticas en empresa utilizada por la UCM) y consultar y elegir las empresas u organizaciones con Convenido firmado con la UCM; también, entre otra información, contiene una guía de alta para empresas.

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

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

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

- Desarrollo de una reunión informativa con todos los alumnos del máster matriculados en las prácticas externas. En dicha reunión se detallan las diversas opciones que tienen para

elegir la empresa en la que desean hacer las prácticas y se informa del procedimiento que deben seguir para concretar la práctica.

- Las páginas web de la Facultad de Comercio y Turismo y de la Universidad Complutense constituyen otras de las vías de información para el estudiante del máster. En ellas hay un apartado específico, accesible desde la página de inicio, hacia la información específica de prácticas en empresas.

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

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

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

En el año académico 2021-2022, nuestros alumnos realizaron sus prácticas en empresas relacionadas con los contenidos académicos del máster. Realizaron las prácticas curriculares un total de 14 personas matriculadas en el curso; extracurriculares un total de 5.

Las empresas en las que los alumnos/as del Máster en Consumo y Comercio realizaron Prácticas fueron las siguientes:

EMPRESAS COLABORADORAS
Federación Española de Sociología
ADS Seguros INTL, S.L.U.
Devoture Innovation, S.L.
Dope Walio S.L.
Easy Group Iberia, S.L.
Genar Inversiones Globales, S.L.
Nlocal Online Services, S.L.
Quality Research & Talent S. Coop. And.
Student Budget, S.L.
TL Lushilou S.L.U.
Twenix Platform, S.L.
Zhumeng International Education, S.L.

Cabe destacar que algunas de estas Prácticas fueron posibles porque a lo largo de estos años se firmaron nuevos convenios a iniciativa del título.

Evaluación y seguimiento

De los datos obtenidos en las encuestas de valoración, con resultados en general muy satisfactorios, cabe destacar la valoración por parte de los estudiantes del alto grado de adecuación de las prácticas con la formación recibida, la adquisición de nuevas aptitudes y conocimientos, la complementariedad de las prácticas con apartados teóricos del máster, la buena acogida por parte de las empresas-organismos contactados; salvo un estudiante todos repetirían el mismo lugar para realización de sus prácticas. Dos de los estudiantes han sido contratados por la empresa al finalizar sus prácticas.

En cuanto al cumplimiento de las expectativas previstas en la oferta de prácticas los tutores consideran que se han cumplido. Con relación a la satisfacción global con las prácticas, la valoración de los tutores externos de las prácticas realizadas es muy favorable.

El seguimiento de la práctica por el tutor académico supone establecer contacto con el alumno en prácticas; durante el año académico se ha producido más de un contacto entre el tutor académico y el alumno en prácticas. La forma de contacto en este curso ha combinado canales presencial y online.

Respecto a la memoria recordemos que ésta recopila todos los datos de la experiencia del estudiante desde el punto de vista formativo y laboral, midiendo los resultados de aprendizaje, comparándolos con las expectativas iniciales y su satisfacción por los logros obtenidos. Por tanto, la calidad de la memoria de final de la práctica es un indicador de la calidad de la práctica realizada. Los datos relativos a la calidad de la memoria indican una muy buena valoración y que cumple con los requisitos de presentación y redacción. La impresión muy favorable de los tutores de las entidades se ve refrendada por las calificaciones otorgadas por los tutores académicos.

Las prácticas curriculares configuran varias modalidades tales como: presencial, semi-presencial o a distancia. El periodo de prácticas exigido, en el máster de Consumo y Comercio, tiene una duración mínima de 150 horas.

Ambos tutores, académico y empresarial, deben evaluar todo el proceso de práctica y de aprendizaje, así como la elaboración de la Memoria que el alumno debe presentar al final del período de prácticas. Memoria en la que debe reseñar su experiencia de aprendizaje y valoración personal de la práctica, la atención recibida por parte del tutor y la relación entre el contenido de la práctica y los estudios cursados, en los plazos establecidos en la Guía de Prácticas.

Las evaluaciones de las prácticas realizadas por los agentes implicados (estudiantes, tutores de empresa, tutores académicos) son altamente positivas.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Proceso de atención (información, contactos, búsqueda de adecuación, seguimiento) Implicación de la Oficina de Prácticas de la Facultad En el terreno institucional promueven las relaciones entre la actividad académica y el mundo laboral y profesional	Límite de las Prácticas como facilitadoras de inserción laboral profesional

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 “Recomendaciones” o “Recomendaciones de Especial Seguimiento” 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.

La mayor parte de los aspectos a mejorar eran relativos a mejoras en la página web del Título, atendidas en su práctica totalidad; esta tarea requiere una actualización constante y es atendida periódicamente.

También se incluye análisis cualitativo de resultados de la Tabla de asignaturas (punto 5.1).

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

En la medida de las posibilidades de la coordinación se ha abordado la tarea, aunque los resultados no siempre responden al esfuerzo. Animar, por ejemplo, a la participación en las encuestas de valoración (profesores, alumnos) no significa incremento en el porcentaje de respuestas... quizá tenga relación con cierta saturación de consultas (no sólo en ámbito académico) y poca confianza en la atención a sus resultados (son datos -opiniones, valoraciones- que no recoge el cuestionario aplicado, pero habría que tener en cuenta).

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.

FORTALEZAS	DEBILIDADES

7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

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

No procede

7.2 Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación del Procedimiento de modificación no sustancial.

No procede

8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.

Como venimos apuntando en otras presentaciones, el curso de Consumo y Comercio aborda desde una perspectiva abarcadora un objeto de estudio que se presenta cambiante, plural en sus definiciones y formatos, exigente por la necesaria aplicación de enfoques y herramientas metodológicas y técnicas complementarias. En relación con esta exigencia, debe destacarse como fortaleza privilegiada la multidisciplinariedad del equipo de profesores del Máster. El Plan

de estudios es exigente y abarcador en sus contenidos del Máster y esa pluralidad de perfiles resulta potencialmente muy rica.

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

En cuanto al alumnado, su pluralidad de orígenes y perfiles resulta positivo cuando esa diversidad se pone al servicio del trabajo compartido. Hoy es un elemento de enriquecimiento; en nuestros ámbitos de trabajo la diversidad de experiencias de origen, de modelos y procesos de consumo y dinámica comercial, de diferenciados estilos de vida, hábitos, costumbres o normativas, resultan muy productivos en el aprendizaje (intercambio, contraste, trayectorias confrontadas, similitudes...) La diversidad de orígenes formativos y territoriales acompaña una heterogeneidad del alumnado en variables como experiencia, área de conocimiento y adscripción académica.

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

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

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

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

	FORTALEZAS	Análisis de la fortaleza*	Acciones para el mantenimiento de las fortalezas
Estructura y funcionamiento del SGIC	Compromiso de personas y agentes implicados SGIC consolidado y eficiente en el control y detección de mejoras Flexibilidad del SGIC para su adaptación ante situaciones de incertidumbre.	Apartado 1	Propiciar una comunicación fluida y colaborativa parece acción fundamental para la buena marcha del trabajo cotidiano de desarrollo del curso. Se mantendrán los encuentros periódicos y se potenciará la participación en ellos
Organización y funcionamiento de los	Contacto fluido y seguimiento de la marcha del curso por los miembros de la comisión de	Apartado 2	Mantener y potenciar la comunicación entre miembros del equipo docente, su implicación y trabajo conjunto

mecanismos de coordinación	coordinación. Implicación del equipo docente. Participación del equipo a lo largo del desarrollo del curso. Facilitación, adaptabilidad, flexibilidad.		(sobre todo entre quienes colaboran en una misma asignatura). En la medida que el equipo docente se mantiene de un año a otro es más fácil conseguir este objetivo.
Personal académico	Interdisciplinariedad. Profesionalidad y experiencia. Implicación en el curso	Apartado 3	Es necesario, cada año académico, recordar la demanda de una orientación práctica del curso
Sistema de quejas y sugerencias	Variedad de canales de expresión de quejas y/o sugerencias, facilitación de acceso	Apartado 4	Consideramos conveniente que se vayan expresando a lo largo del curso las posibles críticas o quejas, lo que generalmente se realiza más por vías 'informales' (contacto directo con profesorado y/o coordinación) que por las formales
Indicadores de resultados	Buenos resultados académicos	Apartado 5.1	También todos los años ponderamos el interés de potenciar fluidez comunicativa entre profesores y alumnos. Atención personalizada
Satisfacción de los diferentes colectivos	La pobreza numérica de la participación en encuestas valorativas de satisfacción no permiten concluir apuntes generalizables. Sí cabe destacar (por representación numérica) los altos niveles de satisfacción de profesorado y agentes implicados en Prácticas	Apartado 5.2	Potenciar mayor participación en la manifestación de valoraciones y propuestas de mejora (difícil en un curso, como el que nos ocupa, de emergentes tareas que hacen despistar un requerimiento como éste)
Inserción laboral	Falta de datos; conocemos la eficacia entre quienes mantenemos contacto, pero obviamente no permite generalizar	Apartado 5.3	Retomar contacto con exalumnos y mayor conocimiento/seguimiento de su situación actual.
Programas de movilidad			
Prácticas externas	Buena coordinación entre los diversos Agentes implicados (empresas, organizaciones, profesorado, Oficina de Prácticas). Implicación y satisfacción del alumnado	Apartado 5.5	Continuar la fluida coordinación con entidades implicadas. Búsqueda de adecuación de prácticas a contenidos formativos y de orientación laboral del curso
Informes de verificación, Seguimiento y Renovación de la Acreditación			

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

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

Un punto débil resulta la imprevisibilidad en relación a la composición del equipo docente (movilidad por distribución por Departamentos, situaciones de año sabático o baja médica...) La coordinación del curso no tiene potestad para intervenir en este asunto; en ocasiones esto conlleva limitaciones en la información al alumnado, modificaciones o ajustes inesperados

Sigue siendo muy baja la participación en las encuestas de valoración.

Seguimos destacando como punto débil la falta de una mayor y mejor dirigida difusión del curso.

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

PLAN DE MEJORA	Puntos débiles	Causas	Acciones de mejora	Indicador de resultados	Responsable de su ejecución	Fecha de realización	Realizado/ En proceso/ No realizado
Estructura y funcionamiento del SGIC							
Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación	Límites en la disponibilidad del un profesorado	Múltiples ámbitos de intervención, tiempos saturados	Organización y ponderación de tareas; búsqueda de colaboración ante límite de recursos propios	Mantener comunicación fluida (equipo docente), intercambio de información	Comisión de coordinación del Máster, Decanato	Continua	En proceso
Personal Académico	Imprevisión en asignación de profesorado	Posibles cambios de uno a otro año por asignación-distribución de docencia en Departamentos	Contacto con Departamentos implicados para mayor previsión	Contacto fluido con Departamentos y previsiones (si las hay) de cambio por miembros del equipo	Decanato, coordinación del Máster	Sin fecha fija	En proceso
Sistema de quejas y sugerencias	Falta de manifestación explícita, durante el curso	Bajo conocimiento de protocolos, escasa importancia otorgada a vías de quejas/propuestas	Comunicación entre agentes implicados (alumnado, profesorado, servicios de atención...)	Falta de expresión de quejas durante el curso	Servicios de atención, profesores, alumnos	Continua	En proceso
Indicadores de resultados	Falta de difusión-conocimiento de la oferta del curso en ámbitos posibles demandantes	Problemas para difusión adecuada (falta de recursos de apoyo)	Selección estratégica de orientación de publicidad del curso	Conocimiento del curso en sectores formativos y profesionales vinculados a sus contenidos	Decanato, coordinación del Máster	Continua	En proceso
Satisfacción de los diferentes colectivos	Poca participación en consultas de valoración	Percepción de saturación de consultas (no sólo en ámbito académico) y poca confianza en la atención a sus resultados	Recordatorio de fechas e importancia de la participación	Se mantienen niveles de respuesta muy bajos	Comisión de coordinación, claustro de profesores, Rectorado	Continua	En proceso

Inserción laboral	Sin datos. Falta de participación de exalumnos y contextualización de su situación	La tarea de seguimiento y adecuación de la consulta requiere colaboración experta externa	Iniciado por Rectorado proceso de seguimiento (con todavía escasos resultados)	Participación y seguimiento	Facultad, Coordinación	Continua	En proceso
Programas de movilidad							
Prácticas externas	Límite de las prácticas para facilitar inserción laboral	Límites de intervención por la organización del curso	Adecuación de prácticas para su máximo aprovechamiento en términos de habilidades profesionales	Implicación de tutores y profesionales participantes; valoración de alumnos	Oficina de Prácticas, delegado de Decanato, Profesorado	Continua	En proceso
Informes de verificación, seguimiento y renovación de la acreditación							