



VICERRECTORADO DE CALIDAD

RUCT	MEMORIA ANUAL DE SEGUIMIENTO
431395 5	MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMERCIO ELECTRÓNICO

Universidad/es participantes	Centro
UCM	FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

Créditos	Doble grado/máster	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
17/01/2014	05/05/2019	Fundación Madridmasd	23/02/2018

ÍNDICE

<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: <https://ucm.es/muce>

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 adecúa a lo expuesto en la memoria verificada del título.

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

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

Los procedimientos del sistema de garantía de calidad previstos en el punto 9 de la memoria presentada a verificación están plenamente instaurados y funcionando con un nivel de satisfactorio. 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.

El primer nivel de la SGIC es la Comisión de Calidad del Centro. Es el órgano responsable de garantizar la calidad de las titulaciones impartidas en la Facultad de Comercio y Turismo, como Comisión delegada de la Junta de Centro, y presidida por la Vicedecana de Estudios y Calidad.

En el segundo nivel del SGIC los dos elementos básicos del sistema de coordinación implantados en el título son el Coordinador/a del Máster y la Comisión de Coordinación Académica.

Durante el curso 2021-2022, las reuniones de las diferentes comisiones, tanto ordinarias como extraordinarias, han resultado útiles para el correcto desarrollo de los diferentes títulos de la Facultad y en particular del Máster en Comercio Electrónico. Las sesiones han permitido solventar las problemáticas surgidas durante el curso. La toma de decisiones ha sido, en la mayoría de las ocasiones, consensuada por la práctica totalidad de los miembros de la comisión. Además, se ha recibido información de primera mano de las novedades en materia de calidad provenientes del Rectorado de la UCM y que pudieran tener repercusión sobre los títulos impartidos en el centro.

1.3.- Periodicidad de las reuniones y acciones emprendidas.

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
Reunión ordinaria 17/11/2021	Informe de la presidenta Aprobación de las memorias de seguimiento de Máster Ruegos y preguntas	Modificación del Plan Docente de actuación Curso 2021-2022. Aprobación por asentimiento de las memorias de seguimiento. Se acuerda tomar medidas para mejorar la comunicación con egresados.

Reunión ordinaria 31/05/2022	Informe de la presidenta Aprobación del autoinforme de seguimiento ordinario, Grado en Comercio y Grado en Turismo. Ruegos y preguntas	Aprobación de los autoinformes con los cambios observados por la Comisión.
Reunión ordinaria 14/07/2022	Informe de la presidenta Análisis de los informes provisionales de seguimiento ordinario de Grado en Comercio y Grado en Turismo y aprobación, si procede, de medidas a adoptar. Ruegos y preguntas	En su informe, la presidenta informa que el seguimiento voluntario del Máster Universitario en Comercio Electrónico (por parte de la Fundación Madridmasd) se realizará en septiembre de 2022. La comisión informa de los resultados del proceso de seguimiento de los Grados y aprueba las alegaciones por unanimidad.

Con respecto a las actuaciones específicas que afectan al Máster en Comercio Electrónico. En la reunión ordinaria del 17 de noviembre se aprueba la memoria de seguimiento y se acuerda mejorar la comunicación con los egresados.

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

Los mecanismos de coordinación del título son dobles. Por una parte, existe un mecanismo de coordinación vertical que es la comisión del máster que se encarga de definir las siguientes funciones a ejecutar por los oportunos responsables según las distribuciones de funciones marcadas por el equipo de dirección del centro:

- Definición de los criterios de baremación para la admisión de los alumnos/as y criterios de valoración de méritos. Revisión del currículum de cada alumno/a y entrevistas personales.
- Establecimiento de los perfiles de los estudiantes seleccionados.
- Proceso de selección de los estudiantes.
- Coordinación del profesorado.
- Elaboración de la Guía Docente en soporte informático. Esta deberá contener:
 - Relación del profesorado con datos de contacto
 - Programas, objetivos y plan docente de cada asignatura (actividades de carácter presencial y no presencial, prácticas, criterios de evaluación...)

○ Horarios

- Actividades de promoción y difusión del Máster
- Información periódica a la Junta de Facultad del desarrollo del máster

Por otra parte, está el mecanismo de coordinación horizontal consistente en el claustro de profesores que se encarga de la coordinación y coherencia académica y el funcionamiento interno presidido por el coordinador de este. Durante el curso 2021-2022 se llevaron a cabo tres reuniones de coordinación para el conjunto del claustro del máster. A continuación, se indica la fecha de estas, temas tratados en ellas, así como los problemas analizados, acciones de mejora, y acuerdos adoptados.

Se trata de un sistema efectivo para la resolución de problemas que facilita la tarea de toma de decisiones y el proceso continuo de mejora del título.

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
17/09/2021	Marco estratégico para la docencia (Curso 2021-2022) Documentación necesaria para la norma ISO 9001 y Fundación Madridmasd Acto de bienvenida de la Facultad Asignación definitiva de aula para docencia Ruegos y preguntas	Se comenta brevemente el marco estratégico para la docencia enviado por parte de la Facultad De cara a las auditorías internas y externas se recuerda a los profesores la necesidad de contar con algunos documentos: cronograma del programa docente y rúbricas de los exámenes Se informa de los detalles del acto de bienvenida organizado por la Facultad Se informa del aula donde se impartirá docencia durante el curso
27/01/2022	Aprobación si procede del acta anterior Situación del curso Actualización de guías docentes de acuerdo a la memoria de verificación del título TFM: organización, selección de tutores y fechas clave Organización de charlas y conferencias Fechas de exámenes en convocatoria extraordinaria Propuesta publicación de manual sobre comercio electrónico Ruegos y preguntas	El claustro de profesores menciona la buena marcha del grupo siendo bastante productivo y participativo El coordinador comenta que las guías que precisen cambios deberán ser adaptadas por lo que se enviará un mensaje al departamento correspondiente con copia al coordinador de asignatura y al profesor Se informa de la organización del Trabajo Fin de Máster. Se fija el 30 de mayo como fecha de defensa presencial de los TFM Se informa de las charlas ya organizadas y las que quedan pendientes Se informa de las fechas de exámenes de convocatoria extraordinaria a celebrar entre el 20 de junio y 7 de julio de 2022
29/06/2022	Aprobación, si procede del acta anterior Despedida y bienvenida de nuevos profesores Balance de curso y TFMs	Se agradece el trabajo realizado a los profesores César del Olmo y Miguel Espada. Se da la bienvenida a los

Estado de matriculación curso 2022-2023	profesores Roberto Manzano (Transformación Empresarial) y David Rozas (Computación Ubicua) Se informa del estado de matriculación para el siguiente curso
Programa de actividades, seminarios y ponencias para el curso 2022-2023	Se anima a los profesores a traer invitados y proponer seminarios de trabajo durante el curso.
Ceremonia de graduación	Se invita a los profesores del claustro a la ceremonia de graduación
Ruegos y preguntas	

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 muestra que un 21,1% es funcionario y el 78,9% están contratados en régimen laboral. De este 78,9% un 47,4% son Profesores Asociados, especialistas de reconocida competencia en la materia para la que son contratados. Estos imparten docencia relacionada con su actividad profesional.

Categoría	Personas	% de Personas	Créditos Impartidos	% de Créditos Impartidos	Sexenios
Asociado	8	42,1%	28,00	47,6%	0
Asociado Interino	1	5,3%	2,25	3,8%	0
Ayudante Doctor	2	10,5%	4,65	7,9%	0
Catedrático de Escuela Universitaria	2	10,5%	5,50	9,3%	0
Catedrático de Universidad	1	5,3%	1,00	1,7%	3
Colaborador	2	10,5%	9,00	15,3%	1
Contratado Doctor	2	10,5%	3,80	6,5%	5
Titular de Universidad	1	5,3%	4,65	7,9%	2

Datos extraídos el 11/10/2022

En total, un 57,9% 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 42,1% 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 11 sexenios de investigación.

	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	5º curso de seguimiento o 4º curso de acreditación	6º curso de seguimiento o 5º curso de acreditación
IUCM-6 Tasa de participación en	73,33%	50%	%0%	52,38%	92%	78,9%

el Programa de Evaluación Docente						
IUCM-7 Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente	33,33%	18%	50%	52,38%	100%	100%
IUCM-8 Tasa de evaluaciones positivas del profesorado	100%	100%	100%	100%	83,3%	100%

Durante el curso 2021-22 la Tasa de participación en el programa de Evaluación Docente (IUCM-6) ha sido del 78,9%, cifra inferior a la del curso 2020-2021. La tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente (IUCM-7) ha alcanzado el 100% manteniendo así las cifras del curso anterior. Todos los profesores evaluados han recibido una evaluación positiva.

Proyectos de innovación

Durante el curso 2021-2022 el profesor Pablo Garrido Pintado ha participado en el Proyecto de Innovación Docente nº 347: *¿Hay alguien ahí? La docencia bimodal y el uso de las aplicaciones móviles interactivas en clase*. Adicionalmente ha participado en el proyecto de Aprendizaje-Servicio titulado “Consumo sostenible en jóvenes: prevención desde la comunicación comercial en las redes sociales” que fue concedido con financiación y que está relacionado con el máster. Los profesores Adolfo Millán y Ramón Carrasco han participado en el Proyecto de Innovación Docente “Evaluación y mejora en la implantación de métodos de enseñanza híbridos basados en la nube. Los Modelos de Simulación”.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F2 Alta tasa de evaluaciones positivas en el Programa de Evaluación Docente y evaluaciones positivas del profesorado	D1 Descenso de la tasa de participación de los profesores en el programa de evaluación docente

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 los 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. Dichas reclamaciones se gestionan directamente a través del Vicedecano de Estudiantes 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.

Según información disponible en el Vicedecanato de Estudiantes y Extensión Universitaria, durante el curso 2021/2022, se han recibido en la Facultad de Comercio y Turismo un total de 24 incidencias relacionadas con reclamaciones, quejas y sugerencias formalizadas por estudiantes. Estas incidencias se han recibido mediante instancia en registro o formulario de sugerencias y quejas habilitado en la web y presentado en la Facultad de Comercio y Turismo, salvo una queja que se recibió según instancia presentada ante el Vicerrectorado de Estudiantes.

Adicionalmente, se han recibido escritos por correo electrónico dirigidos a diferentes miembros del equipo decanal, procedentes de delegados/as de curso, representantes de la Delegación de Estudiantes y estudiantes que se han dirigido por escrito de manera individual. También se han recogido las quejas o sugerencias expresadas verbalmente. En este sentido, prevalece la vía online como principal canal de recepción de incidencias. Revisado este informe, el Máster Universitario en Comercio Electrónico no ha recibido quejas o incidencias a través del sistema online establecido a tal efecto ni por escrito dirigido a la Secretaría de Estudiantes o Decanato correspondiente.

5. INDICADORES DE RESULTADO

5.1 Indicadores académicos y análisis de estos

Desde la implantación inicial del título, se han ofertado 35 plazas de nuevo ingreso, manteniendo la cifra establecida por la memoria verificada (Indicador ICM-1).

INDICADORES DE RESULTADOS

*ICM- Indicadores de la Comunidad de Madrid *IUCM- Indicadores de la Universidad Complutense de Madrid	Curso de acreditación 2015-2016	1º curso de seguimiento 2016-2017	2º curso de seguimiento 2017-2018	3º curso de seguimiento 2018-2019	4º curso de seguimiento 2019-2020	5º curso de seguimiento 2020-2021	6º curso de seguimiento 2021-2022
ICM-1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas	35	35	35	35	35	35	35
ICM-2 Matrícula de nuevo ingreso	19	29	30	27	20	22	18
ICM-3 Porcentaje de cobertura	54,29%	82,86%	85,71%	77,14%	57,14%	62,86	51,43%
ICM-4 Tasa de rendimiento del título	93,77%	93,45%	90,67%	97,95%	98,56%	95,07%	98,38%
ICM-5	10,53%	6,90%	20%	0%	0%	0%	0%

Tasa de abandono del título							
ICM-7 Tasa de eficiencia de los egresados	95,48%	96,69%	96,02%	97,24%	98,02%	100%	99,48%
ICM-8 Tasa de graduación	93,33%	93,33%	76,74%	100%	95%	95,24%	100%
IUCM-1 Tasa de éxito	99%	98,55%	97,10%	99,65%	100%	99,76%	100%
IUCM-5 Tasa de demanda del máster	1280%	705,71%	685,71%	797,14%	400%	488,58%	668,57%
IUCM-16 Tasa de evaluación del título	s/d	94,83%	93,38%	98,29%	98,56%	95,29%	98,38%

La matrícula de nuevo ingreso (Indicador ICM-2) fue de 18 alumnos en el curso 2021-2022 (51,43% de cobertura) la más baja obtenida hasta el momento. Una de las principales razones son los efectos derivados de la pandemia que supusieron un alto número de anulaciones de matrícula. La tasa de demanda del máster (IUCM-5) ha sido del 668,57% mejorando frente al 488,58% obtenido en el curso 2020-2021 donde se notó el aumento de tasas para alumnos orientales.

En la memoria verificada, para la tasa de rendimiento del título (ICM-4), se establecen 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. Con algunas oscilaciones leves, la tasa se mantiene por encima de los niveles establecidos, alcanzando en el curso 2021-2022 el 98,38%.

Para la tasa de abandono del título (Indicador ICM-5.1/6.1), en la memoria verificada se fijaba un nivel esperado del 15%. Ese porcentaje sólo se superó en el curso 2017-2018- A partir del curso 2018-2019 la tasa de abandono mejora llegando al 0%. Se trata de una de las 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 prácticas de empresa o su labor profesional. Igualmente ocurre 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 4 cursos ha sido superior al 97%. En el curso 2021-2022 ha sido del 99,48%.

La memoria de graduación 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. Desde el curso 2018-2019 se ha situado en valores excelentes gracias a la implementación del TFM basado en el juego de simulación de empresas y el desarrollo de algunos trabajos individuales. Durante el curso 2021-2022 la tasa de graduación ha sido del 100%.

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 a 98,55% y 97,10%, en el 2018-2019 se ha situado 99,65%, alcanzando el 100% en el curso 2019-2020. La tasa para el curso 2021-2022 ha sido del 100%. Se trata de un resultado y evolución favorable, estando por encima del valor establecido como deseable en la memoria de verificación.

Asignatura	Carácter	Matriculados	1ª matrícula	2ª Matrícula y sucesivas	Apr. / Mat.	Apr. / Pres.	N.P. / Pres.	Apr. 1ª Mat. / Mat. 1ª Mat	NP	SS	AP	NT	SB	MH
CANALES DE COMUNICACIÓN DIRECTA	OBLIGATORIA	18	18	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	6	12	0	0
COMPUTACIÓN UBICUA Y NUEVOS MODELOS DE APLICACIÓN WEB	OBLIGATORIA	18	18	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	9	8	1
DERECHO DE LA EMPRESA-ASPECTOS FISCALES Y MERCANTILES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO	OBLIGATORIA	18	18	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	5	6	7	0
DERECHO DEL CONSUMO	OBLIGATORIA	19	19	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	1	14	4	0
DISEÑO WEB.TECNOLOGÍAS DE INTERNET Y REDES DE COMUNICACIÓN	OBLIGATORIA	18	18	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	2	7	9	0
ESTRATEGIA RELACIONAL	OBLIGATORIA	18	18	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	2	14	1	1
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	OBLIGATORIA	19	19	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	14	5	0
LOGÍSTICA Y OPERACIONES	OBLIGATORIA	18	18	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	17	1	0
PLAN DE MARKETING DIGITAL	OBLIGATORIA	18	18	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	1	14	3	0
PLAN DE NEGOCIO I:MARCO GENERAL	OBLIGATORIA	19	19	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	8	11	0	0
PLAN DE NEGOCIO II:PROYECCIONES	OBLIGATORIA	19	19	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	2	15	1	1
PLAN ESTRATÉGICO	OBLIGATORIA	18	18	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	3	10	5	0
PLATAFORMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO	OBLIGATORIA	19	19	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	2	13	4	0
POSICIONAMIENTO Y SEGURIDAD EN LA WEB	OBLIGATORIA	19	19	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	0	19	0
PRÁCTICAS EN EMPRESAS	PRACTICAS EXTERNAS	16	16	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	2	14	0
SOFTWARE CORPORATIVO	OBLIGATORIA	18	18	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	7	11	0
TRABAJO FIN DE MÁSTER	PROYECTO FIN DE CARRERA	22	19	3	86,36%	100,00%	13,64%	94,74%	3	0	0	8	11	0
TRANSFORMACIÓN EMPRESARIAL	OBLIGATORIA	18	18	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	8	10	0

Los resultados presentados en el cuadro ICMRA-2 (Resultados en las asignaturas) ponen de manifiesto el excelente rendimiento de los alumnos, aspecto muy destacable en la titulación:

- En todas las asignaturas (excepto el TFM) el porcentaje de aprobados sobre matriculados está por encima del 94%. Sin embargo, aquellos alumnos matriculados por primera vez las han superado en un 100%.
- 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.
- En el TFM, el porcentaje de aprobados es del 86,36%. Todos los matriculados por primera vez han superado la asignatura. Un 13.64% de alumnos no se han presentado, siendo la totalidad de los mismos alumnos en segunda matrícula que no han podido seguir el ritmo de trabajo en el TFM debido a sus compromisos laborales y personales.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F3 Valores muy positivos y sostenidos en el tiempo en las tasas de abandono, eficiencia y graduación	D2 Descenso en el porcentaje de cobertura

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).

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).

	Curso de acreditación 2015-2016	1º curso de seguimiento 2016-2017	2º curso de seguimiento 2017 - 2018	3º curso de seguimiento 2018-2019	4º curso de seguimiento o 2019-2020	5º curso de seguimiento o 2020-2021	6º curso de seguimiento o 2021-2022
IUCM-13 Satisfacción de alumnos con el título	4,4	3,23	3,5	4,7	5,7	4	8,3
IUCM-14 Satisfacción del profesorado con el título	4	9,14	10	8,1	9,5	9	8,5
IUCM-15 Satisfacción del PAS del Centro	7,5	7,14	7,7	2	8	6,5	6,3

Estudiantes

Según las encuestas de satisfacción de los alumnos con el título (IUCM-13) la satisfacción global con la titulación ha sido de 8,3 puntos sobre 10 en el curso 2020-2021, aumentando desde el 4 sobre 10 obtenido en el curso 2020-2021. Se trata de la segunda vez que se supera la suficiencia. En el curso 2021-2022 la participación ha sido del 17,4% que, siendo baja, representa un aumento porcentual frente a cursos anteriores.

- i-. Los alumnos encuestados valoran de manera positiva el número de alumnos por aula (media=10), nivel de dificultad apropiado (9,0) y calificaciones en tiempo adecuado (8,3).
- ii. Los alumnos consideran que el contenido innovador (5,5) y el componente práctico adecuado tienen posibilidades de mejora.
- iii. Los alumnos valoran la labor docente del profesorado con 8,8 puntos.

Profesorado

Durante el curso 2021-2022, cuatro profesores del claustro participaron en las encuestas de satisfacción. En el curso 2021-2022 la satisfacción media ha sido de 8,5 sobre 10 para este colectivo, en la línea de los datos obtenidos en el curso 2020-2021 (9 de media), 2019-2020 (9,5 de media) y 2018-2019 (8,1).

En el curso 2021-2022 el PDI valora muy positivamente aspectos de la titulación como las calificaciones en tiempo adecuado (9,5) o la coordinación de la titulación (9,5).

Consideran una fortaleza las aulas de docencia teórica (9,8), las aulas de docencia práctica (9,5), los fondos de la biblioteca (9,0) y el uso del campus virtual (8,8).

Acercas de la gestión de la titulación, valoran muy positivamente la organización de horarios (media=9,8) así como la atención prestada por el PAS (9,5) y el apoyo técnico y logístico (9,3).

Los profesores valoran positivamente la adquisición de competencias del plan de estudios (9,5) pero echan en falta mayor implicación de los alumnos (6,8) y un mayor aprovechamiento de las tutorías (4,5).

Personal de Administración y Servicios

La participación del PAS en esta encuesta ha sido del 8,8%. La satisfacción media global es del 6,3 con una desviación típica de 5,5.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F3 Satisfacción del profesorado con el título F4 Valores muy positivos y sostenidos en el tiempo en las tasas de abandono, eficiencia y graduación F5 Se dispone de un sistema consolidado de recogida de datos de satisfacción para todas las partes	D3 Según las encuestas de satisfacción a alumnos, el contenido innovador y componente práctico son susceptibles de mejora

interesadas (estudiantes, egresados, PDI, PAS y empleadores)	
--	--

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 los estudiantes egresados en 2020 y recogidos a los 24 meses de su graduación, la tasa de estudiantes con empleo (en %) para los estudiantes del Máster de Comercio Electrónico es del 66,7%. En el caso del Máster en Comercio Electrónico tan sólo han respondido 3 alumnos (12,5% de participación). Consideramos que la muestra es muy poco representativa, sin embargo, valoramos que la media en encontrar el primer empleo tras el máster fue de 2,5 meses. Los encuestados valoran con un 7,5 la adecuación del empleo a la capacitación obtenida y la relación con la titulación. Consideran buenas las condiciones materiales y humanas del puesto de trabajo (8 puntos) y el índice de satisfacción es de 7,5 puntos sobre 10. Sin embargo, la encuesta de satisfacción de egresados tan sólo arroja una respuesta sobre una población de 20 personas (5%) valorando con un 8 la satisfacción de los egresados con la formación recibida.

Además, desde la Facultad de Comercio y Turismo se han puesto en marcha un sistema para complementar los datos obtenidos desde Rectorado que consta de un sistema de encuestas a egresados (UCM) y la puesta en marcha de un proyecto piloto para la obtención de datos de las trayectorias profesionales de inserción. Los resultados del sistema de encuestas muestran que el 100% de los egresados ha tenido una experiencia laboral remunerada, donde la mayoría considera que su experiencia guarda relación con sus estudios y que los estudios de máster se han valorado positivamente para encontrar su actual puesto de trabajo. Por su parte, el estudio sobre trayectoria profesional muestra que la mayoría de los egresados desarrollan su carrera profesional en el ámbito del marketing y las TICs desempeñando funciones de product manager, digital marketing manager, desarrollados web, especialista en SEO/SEM, analista de datos y ecommerce manager, entre otros.

Como fortalezas se puede incluir:

- Existencia de un sistema de encuestas a egresados (UCM)
- Puesta en marcha de proyecto piloto para obtención de datos de trayectorias profesionales de inserción (FCyT)

FORTALEZAS	DEBILIDADES
	D4 Dificultad para lograr una muestra representativa de alumnos egresados en las encuestas de inserción laboral y de satisfacción a la formación recibida

5.4 Análisis de la calidad de los programas de movilidad.

Dado que este máster tiene un año de duración y que la vocación del alumno es la inserción laboral rápida tras la realización del TFM y las prácticas obligatorias, no suele haber participación de los alumnos en programas de movilidad. En cualquier caso, el sistema existe y está a disposición del alumnado a través de la Oficina de Movilidad en <https://comercioyturismo.ucm.es/movilidad-internacional>

FORTALEZAS	DEBILIDADES

5.5 Análisis de la calidad de las prácticas externas.

Para la superación del programa formativo, los alumnos que cursan el Máster Universitario en Comercio Electrónico deben realizar, de manera obligatoria, seis créditos de prácticas externas. Si bien, puede haber estudiantes que convaliden las prácticas por experiencia profesional o con la realización de 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 2021-2022 un total de 16 alumnos han realizado prácticas curriculares y 2 de ellos han solicitado reconocimiento, de los cuales, el 100% ha respondido a la encuesta enviada por parte del Departamento de Prácticas y Empleo.

Perspectiva del estudiante

A la hora de valorar su satisfacción general con las prácticas realizadas, el 6,25% se considera satisfecho, el 31,25% muy satisfecho y el 62,50% totalmente satisfecho. Más del 80% de los alumnos valora por encima de 4 sobre 5 que, en las prácticas, ha podido aplicar los conocimientos adquiridos en el máster (el 37,50% con 4 puntos y el 50% con 5 puntos).

También valoran muy positivamente la formación recibida en el Máster como preparación para la realización de las prácticas y el grado de relación entre las competencias adquiridas en el máster y el desarrollo de estas. El 56,25% de los alumnos valora con un 5 que las prácticas han favorecido la adquisición de conocimientos y competencias para ejercer su profesión y consideran que las prácticas son un complemento necesario en su formación, ya que, el 93,75% valora este aspecto con la máxima puntuación. Valoran de manera positiva la acogida por parte de la empresa o institución, ya que el 93,75% da la máxima puntuación a este aspecto. Con respecto a la acogida en la empresa, el 93,75% valora que la empresa o institución presenta condiciones adecuadas de seguridad e higiene, proporciona información suficiente para el desarrollo de las tareas, permite cumplir las obligaciones académicas y pacta previamente el periodo, jornada y horario tal y como figura en el anexo de prácticas. De manera rotunda, el 87,50% considera la posibilidad de volver a realizar prácticas en la misma empresa. Los alumnos puntúan de manera positiva la función del tutor de empresa considerando que explicó y planificó bien las tareas, supervisó y facilitó su aprendizaje. La práctica totalidad de encuestados consideran que las prácticas han aportado valor a su currículum vitae y más de la mitad (68,75%) valoran este aspecto con la máxima puntuación. Tan sólo un alumno ha sido finalmente contratado al terminar su contrato de prácticas (6,25%). Las prácticas han servido para afianzar la capacidad técnica, de organización y planificación, las habilidades de comunicación oral y escrita, el sentido de responsabilidad, adaptación, la creatividad e iniciativa y la capacidad de trabajo en equipo. A nivel general, las opiniones del alumno sobre las prácticas son muy positivas y no se detectan problemas al respecto.

Perspectiva de la empresa

La satisfacción con las prácticas coincide con la impresión por parte de los tutores de las entidades que les han acogido (n=11). Los tutores consideran que los alumnos cuentan con buena capacidad técnica, capacidad de aprendizaje, capacidad de organización y planificación y capacidad de reflexión analítica y crítica. Consideran que los alumnos han demostrado capacidad de trabajo y constancia y un 90,91% valora muy positivamente la capacidad de implicación. De manera rotunda consideran que se han cumplido las expectativas previstas al ofertar las prácticas planteándose en un 72,73% la posibilidad de contratar al estudiante una vez finalizado el periodo de prácticas. El 100% de los encuestados aceptaría seguir recibiendo estudiantes de nuestra facultad. El listado de empresas colaboradoras puede consultarse en: <https://www.ucm.es/muce/practicas-externas>

FORTALEZAS	DEBILIDADES
------------	-------------

F6 Los alumnos y las entidades colaboradoras muestran un alto nivel de satisfacción con las prácticas externas	
--	--

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

Al inicio del curso 2022-2023 se ha entregado el informe de autoevaluación del Máster Universitario en Comercio electrónico, documento en el que se han recogido las recomendaciones realizadas en el informe de renovación de acreditación. Con respecto al criterio 1 (Organización y desarrollo) se dió respuesta a las recomendaciones sobre la adaptación de los sistemas de evaluación previstos en las Guías Docentes que no se corresponden con la memoria, posibilidad de docencia en inglés y grado de cumplimiento de los programas de las asignaturas y solapamientos de contenidos entre las mismas. En el criterio 2, la comisión (Información y transparencia) se recomienda unificar la información en una web única y mejorar la accesibilidad a información pública analizada en el proceso de seguimiento y una adecuada estructura de contenidos y de síntesis de la información en la página web. En el criterio 3 (Sistema de Garantía Interna de la Calidad) se indicaba la conveniencia de tomar medidas para incentivar la participación en las encuestas de satisfacción de estudiantes y profesores. Aspectos que vienen recogidos en este autoinforme y que han mejorado ostensiblemente en los últimos cursos. Con respecto al criterio 4 (personal académico) y criterio 5 (personal de apoyo, recursos y servicios) se lograron los estándares completamente por lo que no se solicita modificación en la valoración. El criterio 6 (Resultados de aprendizaje) se cumple completamente pero se recomienda potenciar la evaluación continua y las innovaciones metodológicas docentes. Aspectos que se han venido trabajando a través del impulso de proyectos de innovación y el desarrollo del TFM en la modalidad de simulación empresarial. Por otra parte, se recomienda potenciar el idioma inglés y el manejo de herramientas de gestión. Desde la coordinación se ha invitado a los profesores a ofrecer materiales adicionales en inglés e información sobre las distintas certificaciones existentes en su campo de especialidad. Por último, en el criterio 7, a pesar de cumplir completamente el criterio, se atendieron algunas observaciones realizadas por la comisión como la justificación de la reducción de la tasa de abandono, la baja participación de grupos de interés y la valoración por parte de los alumnos de mejoras en el componente práctico del título.

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.

El Vicerrectorado de Calidad de la Universidad Complutense, en el informe de la Memoria de Seguimiento del curso 2020-2021, indicó una serie de recomendaciones que han sido atendidas de la siguiente manera:

ESTRUCTURA DE LA WEB

- *Se recomienda actualizar la información en la categoría Sistema de Garantía de Calidad en el ítem información sobre la inserción laboral del título:* En la web

<https://ucm.es/muce/68-informacion-sobre-insercion-laboral-y> se incluye información sobre encuestas promovidas por Rectorado así como las vías de contacto abiertas por parte de la Facultad de Comercio y Turismo. Se publican los informes de egresados (encuestas de Rectorado) y datos de egresados y cuestionarios de inserción laboral. Además, se incluye información sobre el perfil del Máster en la red social LinkedIn.

ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO

- *Se recomienda incluir una reflexión más detallada sobre el modelo de coordinación docente.* En la memoria se especifican los mecanismos de coordinación del título definiendo las funciones a ejecutar por el coordinador del máster según la distribución de funciones marcadas por el equipo de dirección del centro: criterios de baremación, establecimiento de perfiles de estudiantes seleccionados, proceso de selección, coordinación, etc. Se detallan también los mecanismos de coordinación horizontal y, en tabla, se resumen las reuniones de coordinación y los acuerdos adoptados. El sistema funciona adecuadamente para resolver problemas, tomar decisiones y mejorar el título.
- *Se recomienda realizar un análisis de la efectividad del sistema de quejas y reclamaciones.* La recuperación de la normalidad ha conducido a un trato personal y cercano entre profesores, estudiantes, equipo decanal y PAS que ha contribuido a una mayor satisfacción de los estudiantes y profesores con la actividad docente de la Facultad y, en particular, del Máster Universitario en Comercio El
- *Se recomienda incluir un listado de los convenios de prácticas externas:* En la página web se ha incluido un archivo con el listado de empresas colaboradoras durante el curso 2021-2022. Se incluye enlace en la memoria.

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 2020-2021 enfocadas al mantenimiento de las fortalezas reflejadas y la cobertura de las debilidades, detallando los indicadores de resultados para valorar su efectividad así como los responsables de su ejecución.

Acción: Mantener un número mínimo de reuniones ordinarias de coordinación y de la Comisión Académica del Máster. La métrica establecida para valorar su efectividad y/o cumplimiento es el número de reuniones de coordinación realizadas. Durante el curso 2021-2022 se realizaron 3 reuniones de coordinación celebradas los días 17 de septiembre de 2021, 27 de enero y 29 de junio de 2022 convocadas por el coordinador del máster.

Acción: Campaña de recordatorio de participación en Docencia. Esta acción se orientó a la información del periodo de apertura de cuestionarios Docencia tanto en reuniones de coordinación con profesores como a los alumnos bien en reuniones presenciales o a través de correo electrónico. Adicionalmente, la profesora Dña. Gricela Elizabeth Andrade Ruiz impartió el taller *Los Sistemas de Evaluación de Calidad en la Enseñanza Superior* (Grado y Máster) el día 1 de diciembre de 2021.

Acción: Mantener una comunicación fluida con el alumnado a través de reuniones presenciales y envío de comunicaciones electrónicas.

Durante el curso se mantuvieron reuniones presenciales, tutorías online y se dio puntual respuesta a todos los emails enviados por los alumnos del curso.

Acción: Mantener la satisfacción del PDI con el título. Manteniendo los canales de participación a través de la coordinación y la Comisión Académica.

Esta acción se orienta al mantenimiento de la satisfacción del Personal Docente e Investigador del título, facilitando la comunicación y seguimiento del curso a través de las reuniones de coordinación y de la Comisión Académica del Máster.

Acción: Participación de empresas en 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 realiza informando de las empresas participantes en las actividades de extensión y la convocatoria se realiza por parte del coordinador del máster pero, en cuanto a propuesta y ejecución, están implicados todos los profesores del título. Algunas de las acciones programadas fueron:

- Conferencia 28/10/2021 - "*Decoding decisions: desenredando la maraña de toma de decisiones*" a cargo de Dña. Paula Rejero Fernández, responsable de márketing de negocio para retail y travel en Google España y Portugal.
- Taller 9/12/2021 - *Economía Digital: Claves y retos en la era de Internet* a cargo de Rodrigo Hernández Sánchez, emprendedor y online sales specialist en VELUX
- Taller 11/01/2021 - *Métricas Online* a cargo de Víctor Moreno Martín (Business Development Manager en Upify y ex-alumno del MUCE).
- Ponencia 13/01/2022 - "Derechos de los consumidores en la contratación electrónica del seguro" a cargo de D. Ángel Gasco Ortiz, Profesor de Derecho Mercantil (UCM) y Gerente de la Asesoría Jurídica de Santalucía Seguros

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 sustancial.

No se ha realizado ningún procedimiento de modificación ordinario

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.

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 Sistema de Gestión Interna de la Calidad. Además, se ofrece un breve comentario para su análisis y un plan de acciones a desarrollar para el mantenimiento en el tiempo de estas fortalezas.

Fortaleza: Excelente funcionamiento de la Comisión Académica del máster y reuniones de coordinación. Estas reuniones, como se ha podido comprobar en el desglose de temáticas, sugerencias, debates y acuerdos propios de las reuniones celebradas en el curso 2021-2022 (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: Alta tasa de evaluaciones positivas en el Programa de Evaluación Docente y evaluaciones positivas del profesorado. A pesar del ligero descenso en la participación el 100% de profesores han obtenido valoraciones positivas en el Programa de Evaluación Docente.

Fortaleza: Valores muy positivos y sostenidos en el tiempo en las tasas de abandono, eficiencia 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. Se trata de cifras favorables y sostenidas en el tiempo durante los últimos cursos. Las causas de esta fortaleza obedecen a varios factores, entre ellos, la dificultad que encontraban los alumnos para superar el TFM al realizarlo junto a las prácticas de empresas y su ejercicio profesional. A lo largo de los años se puso en marcha la Guía sobre el TFM, el sistema de asignación de tutores y la realización de TFMs grupales realizando un juego de simulación de empresas. Para el mantenimiento de esta fortaleza se ha activado la propuesta de modelo de TFM, recogido en la memoria de verificación, consistente en 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 varias 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 esta modalidad del TFM un quinto año para comprobar su calidad en el tiempo.

Fortaleza: Satisfacción del profesorado con el título. El profesorado valora positivamente el título con 8,5 puntos sobre 10. Se trata de un aspecto con valoraciones positivas sostenidas en el tiempo pero que debe fortalecerse para mantenerse en el tiempo.

Fortaleza: Los alumnos y las entidades colaboradoras muestran un alto nivel de satisfacción con las prácticas externas. Tal y como se manifestó 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. Para mantener esta fortaleza se propone la implicación de empresas en actividades de extensión.

	FORTALEZAS	Análisis de la fortaleza*	Acciones para el mantenimiento de las fortalezas
Estructura y funcionamiento del SGIC	F1. Excelente funcionamiento de la Comisión Académica del máster y reuniones de coordinación	Ver apartado 2	Mantener 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.
Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación			
Personal académico	F2 Alta tasa de evaluaciones positivas en el programa de evaluación docente y evaluaciones positivas del profesorado	Ver apartado 5.2	
Sistema de quejas y sugerencias			
Indicadores de resultados	F3 Valores muy positivos y sostenidos en el tiempo en las tasas de abandono, eficiencia y graduación	Ver apartado 5	Fomento de TFM's grupales Mantenimiento del "business game" para el TFM
Satisfacción de los diferentes colectivos	F4 Alto grado de satisfacción del profesorado con el título F5 Se dispone de un sistema consolidado de recogida de datos de satisfacción para todas las partes interesadas (estudiantes, egresados, PDI, PAS y empleadores)	Apartado 5.2	Mantener reuniones ordinarias y mecanismos de comunicación con el claustro de profesores Charlas informativas para ahondar en la importancia de los sistemas de calidad
Inserción laboral			
Programas de movilidad			
Prácticas externas	F6 Los alumnos y las entidades colaboradoras muestran un alto nivel de satisfacción con las prácticas externas	Ver apartado 5.5	Mantenimiento de la participación de empresas en actividades de extensión
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.

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 Sistema de Garantía Interno de la Calidad (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 en el apartado 9.2.

Debilidad 1: Descenso en el porcentaje de cobertura del título: Se plantea como acción de mejora incluir el porcentaje de cobertura dentro de los objetivos de seguimiento de la Comisión del Título con el apoyo de la Comisión de Calidad.

Debilidad 2: El contenido innovador y componente práctico de las materias es susceptible de mejoras. Diseño y propuesta de un proyecto de innovación sobre nuevas metodologías docentes en e-commerce. Para mejorar el componente práctico se plantea incorporar en el grueso de materias la posibilidad de acceder a certificaciones profesionales expedidas por empresas y organismos relacionados con el marketing digital y el e-commerce como Hubspot, Semrush, Hootsuite, Google y Amazon, entre otros.

Debilidad 3: Dificultad para lograr una muestra representativa de alumnos egresados en las encuestas de inserción laboral y de satisfacción en la formación recibida. Como acciones de mejora ya en proceso, el título cuenta con un perfil en la red social LinkedIn, herramienta que permite, desde el perfil oficial del máster, contactar con públicos de interés del programa. Gracias a esta tarea se podrá consolidar el proceso de estudio de trayectorias de inserción de egresados basados en los datos de la plataforma que se realizaron como proyecto piloto durante el curso 2021-2022.

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 detectadas a lo largo del curso 2021-2022 y de aplicación en el curso 2022-2023 y posteriores, detallando los indicadores de resultados que se utilizarán para valorar su efectividad y los responsables de su ejecución.

Acción: Mantener 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 cumplimiento es el número de reuniones fijado: Uno para las reuniones de coordinación, y dos 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. Organización de sesión monográfica sobre Docentia dirigida a alumnos. Introducción de un punto en el orden del día de las reuniones ordinarias de coordinación para tratar este aspecto.

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 al inicio del año de 2023 (enero-febrero). El control de seguimiento se efectuará informando de la fecha de celebración del laboratorio en la Memoria Anual de Seguimiento correspondiente al curso 2022-23. 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: Diseño y puesta en marcha de un proyecto de innovación sobre nuevas metodologías docentes en e-commerce. Acción orientada a la evaluación y propuesta de nuevas formas de enseñanza en el ámbito de conocimiento del máster.

Acción: Mejorar el componente práctico de las materias. Incorporar la obtención de certificados profesional para completar el currículo de los estudiantes

Acción: Implantación por quinto 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: 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 2022-2023. 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.

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							
Personal Académico							
Sistema de quejas y sugerencias							
Indicadores de resultados	Descenso en la tasa de cobertura del título	Alto número de bajas de alumnos preinscritos durante el mes de septiembre a causa de la pandemia	Mejorar los procesos de selección	Matrícula de nuevo ingreso (ICM-2) y porcentaje de cobertura (ICM-3)	Coordinador del máster	Durante el curso 2021.2022	En proceso
Satisfacción de los diferentes colectivos	El contenido innovador y el componente práctico de las materias es susceptible de mejoras		Diseño y propuesta de un proyecto de innovación sobre nuevas metodologías docentes en e-commerce. Incorporar en las materias la posibilidad de acceder a certificaciones profesionales expedidas por empresas y organismos relacionados con el marketing digital y el e-commerce como Hubspot, Semrush, Hootsuite, Google y Amazon, entre otros.	IUCM-13 Satisfacción de alumnos con el título	Coordinador y de claustros profesores	Durante el curso 2021-2022	En proceso

Inserción laboral	Dificultad para lograr una muestra representativa de alumnos egresados en las encuestas de inserción laboral y de satisfacción a la formación recibida	Baja participación (12,5%)	Potenciación de perfil en LinkedIn del Máster	Datos de satisfacción de egresados facilitados por el Vicerrectorado de Calidad de la UCM y recogidos 24 meses después de su graduación, tasa de estudiantes con empleo	Coordinador del máster	Durante el curso 2021-2022	En proceso
Programas de movilidad							
Prácticas externas							
Informes de verificación, seguimiento y renovación de la acreditación							