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 Y FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIOLOGÍA

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
2014	2019	2023	2024

CURSO 2023-24

OFICINA PARA LA CALIDAD

INDICE

INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO 3
ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO DE GRADO/MÁSTER 3
1. ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO 3
2. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS MECANISMOS DE COORDINACIÓN DEL TÍTULO 3
3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO 3
4. ANÁLSIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS 4
5. INDICADORES DE RESULTADO 4
6. TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN. 6
7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS 6
8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO. 6
9. RELACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES DEL TÍTULO Y PROPUESTA DE MEJORA 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 para el estudiante (tanto para la elección de estudios como para seguir el proceso de enseñanza-aprendizaje) y garantiza la validez de la información pública disponible.

En ella, aparece una breve descripción básica del máster donde se encuentra su denominación, centros responsables, centro donde se ubica, créditos de impartición a tiempo completo y su posibilidad de realización a tiempo parcial, así como el idioma de impartición. En las demás, pestañas de la web se encontrará toda la información ampliada necesaria sobre el título para la sociedad, comunidad universitaria y estudiantes.

2. Esta información está actualizada y su estructura permite un fácil acceso (https://comercioyturismo.ucm.es/estudios/master-consumoycomercio).

La información actualizada y la estructura de la página fue revisada adquiriendo un formato más homogéneo al de otros cursos de Máster de la UCM y resulta fácilmente accesible a través de cualquier buscador, página web de la UCM (https://www.ucm.es/ConsumoComercio) y, también, a través de las webs de la Facultad de Comercio y Turismo (https://comercioyturismo.ucm.es/master) y la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (https://politicasysociologia.ucm.es/master).

Además, como se aprecia en estos enlaces, se tiene acceso a esta misma página tanto desde la página web de la Facultad de Comercio y Turismo (http://comercioyturismo.ucm.es/estudios/master-consumoycomercio), como de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (https://politicasysociologia.ucm.es/estudios/master-consumoycomercio), así como desde la propia página de la Universidad Complutense de Madrid (http://www.ucm.es/estudios/master-consumoycomercio).

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

La información presentada recoge, amplía y actualiza la información contenida en la memoria verificada y, por lo tanto, se adecúa plenamente a lo expresado en la memoria verificada del Título. Además, compromete y garantiza desde el comienzo de la puesta en funcionamiento del curso sus contenidos y formato.

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

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

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.

El máster tiene dos centros responsables que garantizan la marcha de los procedimientos de calidad, estructura y funcionamiento adecuado del máster. La URL donde se puede encontrar información sobre el sistema de calidad de los centros es: en la Facultad de Comercio y Turismo (https://comercioyturismo.ucm.es/calidad) y en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (https://politicasysociologia.ucm.es/comision-calidad). Sin embargo, el centro de impartición del título de máster es la Facultad de Comercio y Turismo por lo que es dicha facultad el centro responsable de garantizar la calidad de la marcha del mismo y se rinde cuentas participando la coordinadora como invitada con voz pero sin voto en las reuniones de Comisión de Calidad y Junta de Facultad.

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

La Comisión de Calidad, aprobada por la Junta de Centro, tiene 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 descripción de la organización y funcionamiento de la Comisión de Calidad, además de su reglamento de funcionamiento, se encuentran 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 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

En ella, además, de los responsables de la comisión, aparecen las personas invitadas. En esa relación nominal se puede ver a uno de los profesores del máster como vocal y a la coordinadora como invitada, por lo que el máster está ampliamente representado en la comisión.

Desde el año académico 2015-16, primero de impartición del Máster en Consumo y Comercio, la coordinación del máster ha estado representada hasta hoy dentro de 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 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). Las funciones concretas que tiene la Comisión en relación al máster conllevan el análisis de los resultados del mismo y desarrolla los canales de coordinación con el resto de órganos académicos involucrados en el desarrollo del título con el que adoptar acuerdos que competen al máster.

De la labor realizada por la Comisión de Calidad en relación con el máster se destaca, en el curso 2024-2025, el apoyo a la elaboración de Memorias de calidad internas (UCM), la documentación para la renovación de acreditación (Fundación Madri+d) y el acercamiento de la nueva normativa de TFMs en la UCM.

1.3.- Periodicidad de las reuniones y acciones emprendidas.

A lo largo del curso 2023-2024 se han celebrado 8 reuniones de la Comisión de Calidad, cuyas fechas y contenidos se detallan a continuación:

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
Reunión ordinaria 28/09/2023	Informe de la presidenta Aprobación, si procede, de las memorias de seguimiento anual UCM para los títulos oficiales de Grado y Máster impartidos en la Facultad de Comercio y Turismo. Ruegos y preguntas	Aprobación de las memorias por asentimiento. En relación al MOCC, se comentan los informes provisionales de seguimiento ordinario del Máster en Consumo y Comercio y del Máster en Planificación y Gestión de Destinos Turísticos. Se indica que en general, la valoración ha mejorado porque ya no hay ningún criterio valorado con D. En el caso concreto del Máster en Consumo y Comercio el Criterio 1" Organización y Desarrollo" ha incrementado la valoración de D a C, mientras que el Criterio 3 "Sistema de Garantía Interno de Calidad" mantiene la valoración C. En ambos casos se han valorado las acciones realizadas, pero se considera que se han atendido parcialmente las recomendaciones. En cuanto al Criterio 6" Resultados de aprendizaje" en el Informe de renovación de la acreditación se calificaba este criterio con una C y se ha logrado incrementar la valoración a B. Al tener una C en estos criterios se informa que la renovación de acreditación va a ser de manera completa. En octubre y noviembre estará abierto el plazo para la entrega de la documentación y que la visita del panel está prevista para marzo de 2024 de manera completa. Se habla de establecer herramientas de evaluación cualitativa de satisfacción de estudiantes para complementar a las ya existentes en el Máster en Consumo y Comercio. La Comisión aprueba la Memoria de Máster en Consumo y Comercio con la modificación en el apartado 5.2.

Reunión ordinaria 13/11/2023	Informe de la presidenta Revisión y aprobación, si procede, informes de autoevaluación para la renovación de acreditación de los títulos Máster en Consumo y Comercio y Máster en Planificación y Gestión de Destinos Turísticos. Análisis y aprobación, si procede, de medidas relacionadas con los informes provisionales de seguimiento anual de la UCM.	La decana y la Comisión dan la bienvenida a la nueva Coordinadora del MOCC y agradece la labor realizada por la anterior Coordinadora. Se anuncia la aprobación el 13 de julio por parte del Consejo de Gobierno de la UCM de las nuevas directrices para la elaboración y defensa pública del Trabajo Fin de Máster y el Trabajo Fin de Grado, indicando que entrarán en vigor en el curso académico 2024-2025 excepto aquellas titulaciones que lo requieran el presente curso. Se informa sobre la visita de los paneles para la renovación de acreditación celebrada en octubre e indica que estamos a la espera de los informes de las visitas. Se aprueban los informes de autoevaluación por asentimiento. Se aprueban las alegaciones por asentimiento
Reunión ordinaria 22/02/2024	Informe del presidente Revisión y aprobación, si procede, de las alegaciones a los informes provisionales de la Fundación Madri+D del Grado en Comercio, Máster en Comercio Electrónico y Máster en Gestión y Dirección Hotelera	La Comisión revisa los resultados de los informes provisionales de renovación de acreditación de la Fundación Madri+D y aprueba las alegaciones por unanimidad.
Reunión extraordinaria 11/03/2024	Informe de la presidenta Revisión y aprobación, si procede, de las alegaciones al informe provisional de la Fundación Madri+D del Grado en Turismo.	Las alegaciones se aprueban por asentimiento
Reunión ordinaria 07/05/2024	Adscripción de los másteres y grados de la Facultad al ámbito de conocimiento correspondiente según el RD 822/2021 de 28 de septiembre por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.	En el caso del Máster Universitario de Consumo y Comercio, la comisión aprueba la adscripción del máster en el ámbito de conocimiento "Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márquetin, comercio, contabilidad y turismo"

Del SGIC-UCM se puede destacar su diseño racionalizado, formalizado y con un organigrama que, en general, permite su adecuado funcionamiento; en él están representados todos los grupos de interés. Dispone de un órgano responsable que analiza la información disponible del título para la toma de decisiones en el diseño, seguimiento y mejora continua. Los órganos colegiados que inciden a nivel centro y universidad son la Comisión de Garantía de Calidad de la UCM y la Comisión de Calidad del Centro. La Comisión de Coordinación del título sirve como refuerzo de la Comisión de Calidad del Centro, se reúne y en las mismas se elaboran, discuten y diseñan planes de mejora a partir de los informes de seguimientos anuales del título, en los que se detallan tanto los objetivos estratégicos del programa como aquellos aspectos detectados que son susceptibles de mejora. El SGIC implementado para la gestión eficiente del título, dispone de procedimientos que garantizan la recogida de información objetiva y suficiente y de sus resultados y que facilitan la evaluación y mejora de la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje. El SGIC recaba información mediante indicadores de satisfacción a estudiantes matriculados, egresados, PAS (a nivel de Facultad), profesorado y tutores de empresa con lo que luego trabajamos en la Comisión de Coordinación.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Compromiso e implicación de todas las personas componentes (representantes e invitados).	

Involucración de los diferentes órganos académicos de la facultad. Prácticas inspiradoras o buenas prácticas que hacen mejorar las acciones realizadas en el máster. SGIC consolidado y eficiente en el control y detección de mejoras, así como apoyo cualificado en materia de calidad a los másteres de la facultad.	

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 un Consejo Asesor, 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 en reunión de Comisión del coordinación del máster (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 asumieron de forma conjunta el papel y las funciones de coordinador del Máster; a partir del curso 2022-23 lo volvería asumir sólo una persona por el cambio de normativa de la UCM y aunque el sistema se había mostrado efectivo. El Consejo Asesor está formado por: :

- María José DÍAZ SANTIAGO, Coordinadora
- Adolfo HERNÁNDEZ ESTRADA
- Juan Luis PEÑALOZA FIGUEROA
- Matilde FERNÁNDEZ-CID ENRÍQUEZ (hasta su jubilación)

La jubilación de una de las vocales abrió un proceso de incorporación a la comisión donde se ha atendido al equilibrio de género, disposición y cualificación, aceptando la profesora Ana I. ROSADO CUBERO.

Desde la notificación de aprobación del Máster por el Administrador Verifica ANECA, en mayo de 2015, la Comisión de Coordinación mantiene reuniones recogidas en acta, 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 con la coordinación docente, la coordinación vertical en el seno del propio curso se garantiza a partir del trabajo tanto de la figura del Coordinador/a del máster (con funciones asignadas en esta tarea) como del Consejo Asesor -integrada actualmente por los cuatro miembros del equipo docente nombrados. La coordinación horizontal cuenta con la figura del coordinador/a de asignatura y del trabajo del conjunto de la Comisión de Coordinación. La Comisión de Coordinación 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 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, 2023-24, 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 todos aquellos asuntos relacionados con la docencia del curso -su funcionamiento, los emergentes e imprevistos, las adecuaciones exigidas- así como la asignación de responsables de coordinación de Prácticas externas y de Trabajos fin de Máster.

Por otro lado, además de esa coordinación vertical, se establece y se informa de una coordinación más horizontal que es aquella que lleva el profesorado de las diferentes asignaturas, mediante la realización de trabajos conjuntos, presentaciones y ponentes invitados. En ese sentido, se presenta como práctica inspiradora la colaboración entre el profesorado para favorecer el entendimiento por parte del alumnado de la coherencia curricular de las asignaturas del 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…).

En el curso 2023-2024 y para mejorar la coordinación entre el profesorado se creó un Campus Virtual específico para el PDI del máster donde hay un calendario de coordinación de pruebas al alumnado, las actas con los acuerdos adoptados, se cuelga toda la información relevante en torno al máster que nos implica como profesorado (actos con alumnado, documentación de diferente índole, etc.), así como las personas invitadas que durante el curso asistirán al máster o en las diferentes asignaturas. Esta medida pretende reforzar el sistema implantado de coordinación que, como hemos dicho anteriormente, es un sistema que a los largo de los últimos años hemos venido reflexionando sobre su efectividad y mejora continua. Esta medida refuerza la fluidez de la comunicación entre el profesorado, además es una herramienta que sirve de repositorio con lo que se tiene un fácil acceso a la documentación y refuerza el conocimiento de la Comisión de Coordinación de lo tratado en otros órganos como, por ejemplo, la Comisión de Calidad. Esta última, como anteriormente se ha indicado, elabora, discute y diseña planes de mejora a partir de informes de seguimientos anuales del máster, en los que se detallan tanto los objetivos estratégicos del programa como aquellos aspectos detectados que son susceptibles de mejora, a través de información objetiva de diferentes áreas del máster.

Todas las asignaturas del título tienen un reconocimiento de 6 ECTS para los y las 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 nuevo profesorado ha venido acompañada de compromiso y buena integración en el curso.

Un indicador de la implicación del profesorado en su participación en el Máster se puede ver en la fluida comunicación mantenida por la coordinación con un chat específico y reuniones periódicas a demanda, así como la comunicación de la coordinación con el resto de compañeros y compañeras del Equipo docente. En las reuniones de docentes, que como se indica son periódicas, dos son los asuntos tratados de forma hegemónica: el grupo de alumnos y alumnas, 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).

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
05 oct. 2023	1.- Informe del Grupo de Coordinación. 2.- Profesorado del máster: jubilaciones y nuevas incorporaciones. 3.- Estudiantes del nuevo curso. 4.- Coordinación de asignaturas y carga de trabajo del alumnado. 5.- Prácticas 6.- Acreditación del máster.	Presentación-recordatorio de cuestiones formales y de organización del curso por ejemplo protocolos de matriculación, permisos, nuevas incorporaciones… Explicación 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. Explicación de los perfiles de los estudiantes seleccionados Proceso de selección de los estudiantes Coordinación del profesorado y campus virtual. Elaboración de la Guía Docente en el campus virtual con: 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, etc.) Horarios Nuevas prácticas en el máster y proyectos del profesorado. Actividades de promoción y difusión del Máster Información de la Junta de Facultad sobre el desarrollo del máster
20 dic. 2023	1.- Aprobación del acta anterior (se adjunta acta) 2.- Informe del Grupo de Coordinación. 3.- Acreditación del máster: preparación de asignaturas, estudiantes. 4.- Propuestas de TFM 5.- Estado de las Prácticas 6.- Presupuestos	Requerimientos de la Agencia de acreditación: prácticas actuales, propuestas y compromisos para este curso. Presentación de nuevos y nuevas docentes incorporados Información sobre TFM. Informe sobre fechas de clase y exámenes. Encuentro festivo: profesores y grupo de alumnos (se invita también a titulados de años anteriores y a conferenciantes-colaboradores). Estado de las prácticas y propuestas de alianzas con otros másteres. Estado del presupuesto.
25 junio 2023	1.- Aprobación del acta anterior (se adjunta el acta del 20 de diciembre) 2.- Informe del Grupo de Coordinación. 3.- TFMs: tribunales junio y septiembre rúbrica TFM tutores. 4.- Cambios propuestos en las Directrices de TFM 5.- Matrícula MOCC, curso 2024-2025 6.- Propuesta personas invitadas para el próximo curso y presupuesto. 7.- Acuerdos con otros másteres. 8.- Estudio modificación Plan de estudios MOCC. 9.- Ruegos y preguntas	Estado de los trabajos y tribunales TFM. Personas prematriculadas. Acreditación del máster positiva. Propuestas de invitados/as para el próximo curso Nuevas directrices Modificación del plan de estudios del MOCC para el próximo curso.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Buen funcionamiento de comisión de coordinación y de implicación de miembros del equipo docente. Buena respuesta y adaptabilidad del nuevo profesorado incorporado al Equipo docente.	

3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO

Durante el año académico 2023-24, recogiendo la información procedente del Sistema Integrado de Datos Institucionales (SIDI) –del Centro de Inteligencia Institucional (CII)- cuya herramienta es fundamental para el soporte a la planificación estratégica de la UCM, el master se ha compuesto por un equipo de 17 profesores y profesoras. Entre este profesorado, y considerando sus categorías de contrato, el 64,7% es personal docente permanente (94,1% en carrera académica). Actualmente, el 100 por 100 del profesorado que imparte asignaturas en el máster cuenta con el título de doctor, es decir, incluido el profesorado asociado, y un total de 16 sexenios. La asignatura optativa de Prácticas es asignada a varios profesores. La situación laboral de este profesorado deriva en la siguiente distribución por categoría de contrato:

Categoría	Personas	% de Personas	Créditos Impartidos	% de Créditos Impartidos	Sexenios
Asociado	1	5,9%	4,05	7,7%	0
Ayudante Doctor	5	29,4%	14,70	28,0%	1
Catedrático de Escuela Universitaria	1	5,9%	4,50	8,6%	0
Contratado Doctor	5	29,4%	11,20	21,3%	4
Titular de Universidad	5	29,4%	18,05	34,4%	11

Durante el curso 2023-24, el profesorado del máster se ha podido formar participando en las numerosas conferencias que se han dado dentro del máster por diferentes personas expertas y que han sido informadas a través del Campus Virtual específico del profesorado del máster, la asistencia a Congresos de su disciplina (FES Sevilla julio 2024; Insingt Analitics mayo 2024, etc), la formación permanente del PDI de la UCM y, sobre todo, formación específica del centro donde la facultad mantuvo el Plan de Formación integral del PDI a través de la oferta de cursos y del Aula Permanente. En ese sentido, de manera complementaria, la Facultad de Comercio y Turismo ha organizado una serie de seminarios dirigidos a PDI y doctorandos, con un enfoque en mejorar las competencias docentes en Ciencias Sociales mediante el uso de tecnologías y análisis de datos. Los seminarios ofrecidos incluyen:

Nombre del Seminario	**Destinatarios**	**Duración**	**Fecha de realización**	**Nº participantes**
Análisis cualitativo en Ciencias Sociales: Uso de Atlas.ti	**PDI y Doctorandos**	Presencial. 4 horas	23 de octubre (lunes) 16:00-20:00 Aula 1	23
Análisis cualitativo en Ciencias Sociales: Investigar y publicar usando Atlas.ti	**PDI y Doctorandos**	Presencial. 4 horas	6 de noviembre 16:00 a 20:00 h Aula 1	14
Recursos digitales para fomentar la interacción, colaboración y participación en un aula de Ciencias Sociales	**PDI**	Presencial. 4 horas	martes 21 de noviembre de 16:00 a 20:00 Aula 1	16
Seminario aplicado a las Ciencias Sociales: accesibilidad, tecnología e inteligencia turística	**PDI y Doctorandos**	4 horas Online	28 y 29 de noviembre 17:00-19:00	19
Seminario sobre Estadística básica para análisis de datos y publicación de resultados en la Facultad de Comercio y Turismo	**PDI y Doctorandos**	Presencial. 6 horas	Martes 16 y miércoles 17 de enero de 16:00-19:00 Aula 5	25
Learning Analytics con datos Moodle, una herramienta big data al servicio del docente de Comercio y Turismo	**PDI**	3 horas Online	Jueves 13 de junio de 16:00 a 19:00	20
Explotación de corpus en Ciencias Sociales: posibilidades de Sketch Engine	**PDI**	3 horas Online	Martes 25 de junio de 10:00 a 12:00	16

El promedio de asistencia a estos seminarios fue de 19 participantes, lo que refleja una buena acogida y participación del profesorado en las actividades formativas. Por otro lado, hay que destacar que uno de los docentes forma parte del profesorado del máster, Adolfo Hernández, en dos de los seminarios con mejor acogida y que forma parte de *expertise* que integra el máster.

Finalmente, al evaluar los indicadores relacionados con el programa Docentia-UCM (ver tabla a continuación) de los profesores del Máster, se subraya la importancia de este programa en la formación y evaluación docente. Docentia-UCM evalúa la actividad docente individual de cada profesor a través de un modelo integrado que contempla cuatro dimensiones fundamentales: planificación y organización, desarrollo, resultados, y procesos de reflexión y mejora. Estas dimensiones buscan no solo evaluar la actividad docente actual, sino también promover la continua actualización y excelencia en la enseñanza.

	1º curso de seguimiento o curso autoinforme acreditación 2020/2021	2º curso de seguimiento o 1º curso de acreditación 2021/2022	3º curso de seguimiento 2º curso de acreditación 2022/2023	4º curso de seguimiento o 3º curso de acreditación 2023/2024
IUCM-6 Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente	81,3	83,3	74,3	100
IUCM-7 Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente	75	100	100	80
IUCM-8 Tasa de evaluaciones positivas del profesorado	33,3	100	93,3	100

En el Programa Docentia-UCM, el profesorado se evalúa cada 3 años. Durante estos tres años el profesorado participa en el Plan Anual de Encuestas (PAE) siendo el tercer año cuando se obtiene una evaluación global de la actividad docente solicitada por lo que en el curso 23-24 el porcentaje de profesores evaluados en el tercer año han sido 4 de los cuales han obtenido los resultados siguientes: excelentes 2; positiva 2 También, es necesario destacar que el profesorado del máster participa en Proyectos de Innova-Docentia. En este sentido, señalamos la continuidad de uno de ellos en el que participan varios profesores y profesoras del máster y cuya temática está relacionada con nuevas metodologías de investigación social concernientes al trabajo, consumo y cadenas globales, el género, así como la mejora en la realización de Trabajos Fin de Máster (TFM) o Títulos, presentación del TFM, etc. También, es necesario destacar la participación del profesorado en otros programas de innovación docente en otras universidades. Las personas IP del máster, número de profesorado participante del máster y títulos en 2023/2024 y proyectos que continúan son:

Nº	TÍTULO	PROFESORA/ PROFESOR	RESPONSABLE	TIPO	CENTRO	RAMA
287	INSOCTEA VII. Metodologías Avanzadas Sobre Investigación Social Del Trabajo, Género Y Cadenas Globales Para La Docencia En Sociología Del Trabajo Y La Economía Crítica A Través Del Teatro Social (Teatro Foro). Proceso De Internacionalización I	María José Díaz Santiago	María José Díaz Santiago	Innova-Docencia	Facultad De CCEE Y Empresariales	Ciencias Sociales Y Jurídicas
287	INSOCTEA VII. Metodologías Avanzadas Sobre Investigación Social Del Trabajo, Género Y Cadenas Globales Para La Docencia En Sociología Del Trabajo Y La Economía Crítica A Través Del Teatro Social (Teatro Foro). Proceso De Internacionalización I	Antonio Ramírez Melgarejo	María José Díaz Santiago	Innova-Docencia	Facultad De CCEE Y Empresariales	Ciencias Sociales Y Jurídicas
341	Antropología Para El Cambio [Eco] Social. Proyecto De Innovación Docente De Transversalización Teórica-Técnica Sobre Ecología Y Relaciones Hmano-Ambientales	Raúl Travé Molero	David Berná Serna	Innova-Docencia	Facultad De Ciencias Políticas Y Sociología	Ciencias Sociales Y Jurídicas
373	BIG-DATA En Educación Vii: Integración E Impacto De La Literacidad Tecnológica En El Mundo Académico Universitario: Indicadores Del Grado De Integración De Las Tics En La Huella Académica De Profesores Y Alumnos De La UCM y UAM.	Juan Luis Peñaloza Figueroa	Juan Luis Peñaloza Figueroa	Innova-Docencia	Facultad De Comercio Y Turismo	Ciencias Sociales Y Jurídicas

373	BIG-DATA En Educación Vii: Integración E Impacto De La Literacidad Tecnológica En El Mundo Académico Universitario: Indicadores Del Grado De Integración De Las Tics En La Huella Académica De Profesores Y Alumnos De La UCM y UAM.	Ana Rosado Cubero	Juan Luis Peñaloza Figueroa	Innova-Docencia	Facultad De Comercio Y Turismo	Ciencias Sociales Y Jurídicas

Es necesario mencionar que algunos profesores y profesoras participan, también, en otros programas de Innovación Docente en otras universidades como la Universidad de Valencia (2 profesoras) y la UNED (1 profesora).

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Interdisciplinariedad. Profesionalidad y experiencia Nivel de satisfacción manifestado Rejuvenecimiento del PDI con mayor formación en NT e internacionalización	

4. ANÁLSIS 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 2023-2024:

- Reclamaciones por escrito presentadas en la secretaría de alumnos.

Este tipo de reclamaciones se cursan y resuelven desde el Vicedecanato de Estudiantes. No se han formalizado durante el curso pasado reclamaciones en este ámbito que afecten al máster.

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

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

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

Ésta es una vía que generalmente se considera más próxima y suele ser más utilizada. Durante el año académico 2023-2024 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 relación a la calidad final del mismo o los tiempos de entrega a lo largo del proceso y concentración de la carga final).

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.

Según información disponible en el Vicedecanato de Estudiantes y Extensión Universitaria de la Facultad de Comercio y Turismo, durante el curso 2023/2024, no hay ninguna incidencia en relación al máster o interpuesta por alumnado del máster.

Si hubiera incidencias serían resueltas mediante contestación y/o acciones por parte del organismo competente para su resolución. En unos casos, desde la Facultad y la coordinación del máster se ha realizado una labor de investigación, seguimiento y mediación.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Pluralidad de canales, facilidad de acceso, atención y respuesta fluida por parte de la facultad y el máster	

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	3º curso de acreditación **2020 / 2021**	4º curso de acreditación **2021 /2022**	Curso autoinforme acreditación **2022 /2023**	1º curso de acreditación **2023 /2024**
ICM-1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas	40	40	40	40
ICM-2 Matrícula de nuevo ingreso	13	25	26	33
ICM-3 Porcentaje de cobertura	32,5%	62,5%	65%	82,50
ICM-4 Tasa de rendimiento del título	92,14	95,98	90,98	92,10
ICM-5 Tasa de abandono del título	19,05	7,69	4,0	0,0
ICM-7 Tasa de eficiencia de los egresados	88,44	99,01	97,83	99,24
ICM-8 Tasa de graduación	93,33	88,89	94,74	100
IUCM-1 Tasa de éxito	98,47	100	99,59	99,67
IUCM-5 Tasa de demanda del máster	475	442,5	540	1005,00
IUCM-16 Tasa de evaluación del título	93,57	95,98	91,35	92,40

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 el número cada año académico (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 92,10%. 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..

ICM-5 Tasa de Abandono del máster

Este año la tasa de abandono del máster es 0, nula. Hasta ahora, en las cinco promociones de trayectoria de este máster, no se ha alcanzado el 10% previsto en la memoria de verificación, con excepción del curso de inicio de pandemia 2019/2020.

ICM-7 Tasa Eficiencia de los egresados

La Tasa de Eficiencia de nuestros egresados ha sido en el año académico (2023-24) motivo de esta memoria del 99,24%, subida mostrada respecto del año anterior que fue del 97,83%; 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 2023-24 fue del 100%.

IUCM-1 Tasa de éxito

La tasa de éxito es muy alta 99,67%. 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

La tasa de demanda casi se ha duplicado respecto al año anterior, llegando a los 1005,00%. Estos datos refuerzan la decisión, ya comentada y exitosamente ejecutada, de acometer un abordaje de difusión con alternativas realistas de intervención (considerando recursos disponibles); tarea que se planteó de forma conjunta con el Decanato de la Facultad de Comercio y Turismo, donde se imparte el título.

IUCM-16 Tasa de evaluación del título

Esta tasa se ha elevado ligeramente respecto al año anterior, pero sigue siendo levemente baja respecto a la tasa de éxito, lo que apunta al realismo de los alumnos y alumnas a la hora de presentarse, o no hacerlo, en las convocatorias matriculadas, en función de su expectativa de superación.

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 estudiantes que deciden aplazar su presentación-defensa del Trabajo de Fin de Máster para la extraordinaria de septiembre y, algunos, incluso a la de febrero (ya en nuevo año académico). 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 septiembre para centrarse en la reflexión analística y escritura final o en febrero por cuestiones profesionales.

INDICADORES ICMRA-2

Asignatura	Carácter	Matriculados	1ª matrícula	2ª Matrícula y sucesivas	Apr. / Mat.	Apr. / Pres.	N.P. / Pres.	Apr. 1ª Mat. / Mat. 1ª Mat	NP	SS	AP	NT	SB	MH
ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LAS DECISIONES DE CONSUMO	OPTATIVA	19	19	0	100,00 %	100,00 %	0,00%	100,00 %	0	0	2	12	4	1
COMERCIO Y TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN	OBLIGATORIA	32	32	0	100,00 %	100,00 %	0,00%	100,00 %	0	0	4	18	10	0
CONSUMO DIGITAL:OFERENTES Y PROSUMIDORES	OPTATIVA	28	28	0	100,00 %	100,00 %	0,00%	100,00 %	0	0	4	23	1	0
DERECHO DE CONSUMO Y PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR	OBLIGATORIA	32	32	0	100,00 %	100,00 %	0,00%	100,00 %	0	0	2	19	10	1
LA CADENA DE VALOR Y NUEVAS FÓRMULAS EMPRESARIALES DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	OBLIGATORIA	32	32	0	100,00 %	100,00 %	0,00%	100,00 %	0	0	15	14	2	1
LOS PERFILES DEL CONSUMIDOR:ESTILOS DE VIDA Y PROCESOS PSICOSOCIALES	OBLIGATORIA	33	33	0	100,00 %	100,00 %	0,00%	100,00 %	0	0	10	23	0	0
MODALIDADES Y PRÁCTICAS DEL CONSUMO TURÍSTICO	OPTATIVA	10	10	0	100,00 %	100,00 %	0,00%	100,00 %	0	0	1	8	1	0
MODELOS DE CONSUMO Y DESARROLLO COMERCIAL:EVOLUCIÓN SOCIO-HISTÓRICA	OBLIGATORIA	32	32	0	100,00 %	100,00 %	0,00%	100,00 %	0	0	23	9	0	0
PRÁCTICAS	OPTATIVA	8	7	1	87,50%	100,00 %	12,50 %	100,00 %	1	0	0	2	5	0
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y RESPONSABILIDAD CIVIL DEL CONSUMIDOR	OBLIGATORIA	33	33	0	100,00 %	100,00 %	0,00%	100,00 %	0	0	1	21	11	0
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE CONSUMO	OBLIGATORIA	32	32	0	100,00 %	100,00 %	0,00%	100,00 %	0	0	1	19	11	1
TRABAJO FIN DE MÁSTER	PROYECTO FIN DE CARRERA	38	29	9	34,21%	92,86%	63,16 %	41,38%	24	1	4	7	2	0

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Buenos resultados académicos Alta demanda del máster Flexibilidad en la organización de su CV por parte del alumnado	

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

	3º curso de acreditación **2020 / 2021**	4º curso de acreditación **2021 /2022**	Curso autoinforme acreditación **2022 /2023**	1º curso de acreditación **2023 /2024**

IUCM-13 Satisfacción de alumnos con el título	8	6,5	4,7	3,5
IUCM-14 Satisfacción del profesorado con el título	9	9	8,4	7,6
IUCM-15 Satisfacción del PTGAS del Centro	6,5	6,3	8,8	7

La participación en las encuestas de satisfacción sigue siendo mejorable y, de hecho, ha vuelto a descender respecto al curso anterior. En la pasada memoria se reflexionó sobre ello y se incorporó como acción de mejora la incorporación de técnicas cualitativas, concretamente, una reunión con alumnado del curso que todavía no se ha podido realizar de forma formal. No obstante, hay que indicar que un grupo de alumnos y alumnas ha sido entrevistados por la Agencia de Evaluación externa Madri+d y ha sido muy positiva la evaluación del alumnado.
No obstante, y a pesar de la crítica que se puede hacer a dicha herramienta, procedemos a relatar los aspectos que son más valorados en la encuesta de satisfacción por los y las estudiantes: el número de alumnos por aula (7,2) –cuestión que por otro lado criticaban en el aula y que llevo a cambiar de aula-; programa de movilidad (7,0) –programa con el que no cuenta el máster- y recursos y medios (7,3).

La participación del PDI, que realmente imparte docencia en el máster (14 de los 17 que aparecen en SIDI), ha sido del 50%. La valoración del profesorado con el máster en líneas generales es muy alta, pero baja en relación con la satisfacción de la UCM (6,4), aprovechamiento de las tutorías por parte del alumnado (6,7) o la gestión de la titulación de los procedimientos comunes (6,7). El resto de las valoraciones superan el notable. Por último, en relación con el PAS, también, los datos muestran una participación mejorable: 5 de 35. También, hay una persona que da un puntaje muy negativo, a diferencia del resto que, al igual que el profesorado, da valoraciones muy positivas. Los aspectos más negativos son la relación del alumnado con el centro (4,5), plan de formación al PAS (5,2), satisfacción UCM (6,4) y recomendación de la titulación UCM (6). El resto de los indicadores tienen puntajes por encima del notable.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
PDI y PAS comprometidos y satisfecho	Representatividad mejorable de las encuestas de satisfacción Baja satisfacción mostrada por los estudiantes

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

Desde el Vicerrectorado de Calidad de la UCM se realiza un seguimiento de la empleabilidad de los egresados. En esta encuesta dirigida a una población de 24, han participado 5 personas, con una media de edad de 28,2 y una desviación típica del 4,4. La media de la satisfacción es del 5,6, una desviación típica es del 4,6, una mediana de 6 y moda 10. Entre las competencias más valoradas son las Competencias Críticas (7), liderazgo (6,6), el Análisi, el Manejo de dificultades y Competencias de Organización, todas ellas con un 6,4, Aprendizaje ((6,2)y Adaptación a nuevas situaciones (6). En relación a la titulación, la calificación en tiempo adecuado (7,2) y Dificultad (7), número de alumnado por aula (8,8), Plan de estudios adecuado (5,8). También, se aprecia positivamente la satisfacción de los egresados (7,2), los recursos y medios (7,1) y Repetir en la UCM (7,1). Los resultados obtenidos se complementan con los realizados para el Máster en Consumo y Comercio.. Se tiene constancia de 125 estudiantes egresados, de los que se ha conseguido información sobre 20 de ellos, lo que equivale a un 16% del total de egresados en las distintas promociones (14% si se eliminan las respuestas de estudiantes pendientes de TFM). A través de los datos recabados contamos con información sobre el grado de empleabilidad de nuestros egresados, como se muestra en el siguiente enlace: https://comercioyturismo.ucm.es/file/seg06.2.-mcc_resultado-estudio-interno-egresados

Las personas encuestadas se encuentran entre los 25 y 35 años, el 60% son mujeres. El 65% tuvo su primera experiencia laboral después del máster; más del 72% cree que el máster contribuyó a la mejora de sus opciones laborales y más del 50% de esos trabajos están relacionados con el máster.

En el año 2023 – 2024 no se ha vuelto a repetir la encuesta de inserción laboral a los egresados y egresadas en el máster que no se hace anualmente porque, como se indicó en la Comisión de Calidad, no habría un cambio de los resultados sustancial y podría producir un agotamiento de las personas encuestadas que podría ser pernicioso para la obtención de datos efectivos. Sin embargo, algunas de las personas egresadas han solicitado participar en el máster para motivar al alumnado en su carrera profesional y, también, compartir sus conocimientos expertos y específicos con el alumnado del máster. Hecho que se ha materializado en la intervención en el aula de dos egresados. Su participación es el mejor ejemplo de satisfacción con la formación recibida (debito) y muestra de su inserción laboral al hablar de su propia experiencia.

	3º curso de acreditación **2020 / 2021**	4º curso de acreditación **2021 /2022**	Curso autoinforme acreditación **2022 /2023**	1º curso de acreditación **2023 /2024**
IUCM-29 Tasa de satisfacción egresados con la formación recibida	5,5	8,5	7,6	5,6
IUCM-30 Tasa de inserción laboral egresados	n.d.	100%	100%	100%

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Se dispone de un sistema implantado para la recogida de datos de satisfacción de egresados y datos de inserción en la UCM y la Facultad de Comercio y Turismo. Contar con una herramienta testada por la facultad y el máster y que puede llegar fácilmente al estudiante	Muy pocos egresados y egresadas contestan las encuestas

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). Todo el alumnado asiste diariamente a clase, es un máster de sólo un año.

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
Contar con prácticas fuera del país	

5.5 Análisis de la calidad de las prácticas externas.

El Máster de 'Consumo y Comercio' oferta las prácticas externas como asignatura optativa con una carga de 6 créditos. Durante el año académico 2023-24 se ofrecieron 27 ofertas de prácticas para 8 matriculados: 7 hicieron prácticas y 1 no por cuestiones ajenas al máster. Algunos estudiantes, antes de comenzar las prácticas, cambiaron la asignatura por otro que les causó más interés una vez conociendo los programas de las asignaturas con más detalle y de mano del profesorado.

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 (MCC), y constituye un buen complemento en la formación de nuestros alumnos. La realización de las prácticas brinda a los estudiantes del MCC 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 y alumnas 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 de la persona Delegada de la Decana para Empleabilidad y Emprendimiento. 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 (https://comercioyturismo.ucm.es/practicas-externas). 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. Gestiona aproximadamente unas 15.000 prácticas de estudiantes al año y cuenta con una base de datos de unos 18.000 convenios con entidades colaboradoras.

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 OPE para todas aquellas ofertas aplicables a los alumnos del máster y que son gestionadas por la OPE
- 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 o contacto por correo electrónico 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 2023-2024, nuestros alumnos realizaron sus prácticas en empresas relacionadas con los contenidos académicos del máster.

Código GEA	Título	Titulación	Curso: 2023/2024											Con práctica	Sin práctica	Ofertas	Matric.
			S.A.	Ad.	Ad. C	Mat.	L.E.	Re.	N.Ad.	Baja	Reconocidos	Prac.	Pre.				
608287	PRÁCTICAS EXTERNAS	MÁSTER UNIVERSITARIO EN CONSUMO Y COMERCIO		8		8				19			27	7	1	27	8

Las empresas en las que los alumnos/as del Máster en Consumo y Comercio en el año 2023-2024 realizaron Prácticas fueron las siguientes:

Ofertante	Empresa	Título
37460	92 S.A.	Gestión Ecommerce
34093	Asociación Madrileña De Sociología	Prácticas de investigación de mercado y social de la Asociación Madrileña De Sociología
40781	Astra Leads, S.L.	Practicas Departamento Legal
22035	Auren Consultores Sp, S.L.P.	Beca Marketing
28613	Autrans Reciclajes, S.A.	Practicante En Marketing Digital
41469	Brainy Commerce S.L	Assistant Account Manager (Amazon-Alemán)
39285	Dia Retail España, S.A.U.	Beca Real Estate Y Procurement
35616	Enfoka Sistemas Globales, S.L.	Apoyo Administrativo Polivalente
35616	Enfoka Sistemas Globales, S.L.	Apoyo Administrativo Polivalente
34047	Immune Coding Institute, S.L.	Prácticas En Departamento B2c (Presencial)
25072	Kaki Global, S.L.	Auxiliar De Marketing
33756	Lince Hoteles, S.L.U.	Practicas Recepcion Hotel Eurostars Madrid Gran Via
23067	Livemed Iberia, S.L.	Prácticas Marketing Digital Y Ecommerce
15558	Minor Hotels Europe & Americas S.A.	Prácticas En El Departamento Comercial En El Nh Collection Eurobuilding
25018	Naves Y Parques Industriales, S.A.	Prácticas Departamento Comercial & Marketing (Presencial)
28515	Orianna Zancanaro Vercesi	Creador De Contenidos De Moda Para Tik Tok Y Estrategia De Marketing Y Eventos
32133	Sardi 2020, S.L.	Practicas En Grupo De Gestión De Agencias De Viajes (Presencial)
18677	Satre, S.A.	Contabilidad - Trainee
34093	Universidad Complutense De Madrid	Prácticas De Investigación De Mercado Máster Consumo Y Comercio
40976	Verilex Legal Sl	Operacion De Social Media
38585	Yugo Students Spain, S.L.	Yugo Intern- Sales And Reservation

Cabe destacar que algunas de estas Prácticas fueron posibles porque a lo largo de estos años se firmaron nuevos convenios a iniciativa del título. También, como se ha dicho antes, se dio la posibilidad de cursar las prácticas en el extranjero y ningún estudiante contempló esa opción.

No se han realizado prácticas extracurriculares.

Evaluación y seguimiento

De los datos obtenidos en las encuestas de evaluación, 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 la 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 presenciales 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.

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.

Siguiendo los datos de Gestor Integral de Prácticas Externas de la UCM (GIPE), los y las estudiantes han respondido que en las prácticas han aplicado los conocimientos adquiridos en el Grado o Máster, el 100% está bastante de acuerdo, de acuerdo o muy de acuerdo. También, que la formación recibida en el Máster les ha preparado para la realización de las prácticas, así piensa el 100%. Y el 85,71% que las practicas les han favorecido que adquieras conocimientos y desarrollen competencias para ejercer su profesión. El 57,4% está bastante contento con sus prácticas y el 14,29% muy satisfecho.

En cuanto al tutor académico este destaca la facilidad de contactar tanto por e-mail o de forma presencial, para que el estudiante pueda resolver sus dudas. También, destaca las competencias y habilidades profesionales que el alumnado desarrolla. Entre las cuestiones que destaca, es la actitud del estudiante es muy adecuada (71,4%) y las prácticas están muy relacionadas con el máster (85,72).

Los tutores de entidad, declaran que el 71,43 de los y las estudiantes tienen altas capacidades técnicas y capacidad de aprendizaje, así como capacidad crítica y reflexión analítica, implicación, responsabilidad, etc. En definitiva, todos los indicadores son muy positivos y el 100 por 100 de las empresas declaran, según datos de GIPE, que volverían a incorporar estudiantes en prácticas de la titulación.

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	

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 o modificación 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.

Se ha realizado una reflexión importante acerca de la idoneidad y vigencia actual del sistema de calidad implantado, que ha llevado al título a establecer sistemas de coordinación entre el profesorado –por ejemplo, un campus virtual con calendario de pruebas al estudiante-, así como del alumnado con la coordinación del máster con entrevistas periódicas con grupos de alumnos y alumnas, así como una mayor comunicación con el área de calidad.

También, se ha realizado una reflexión explícita acerca de la efectividad del sistema de coordinación docente implantado, más allá de la descripción del diseño de coordinación original de la titulación, y se han establecido canales de comunicación, momentos calendarizados de reuniones.

Por último, se aportan datos sobre el número de estudiantes en prácticas en la asignatura optativa de Prácticas curriculares y extracurriculares.

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).

Se ha realizado el Campus Virtual para mejorar las sinergias, comunicación y coordinación del profesorado que ha tenido buena acogida por el profesorado.

También, se ha realizado las reuniones con el alumnado mantenidas a lo largo de todo el curso para saber la satisfacción de los y las estudiantes, a excepción de la última que está programada para mediados de octubre debido a cuestiones de agenda del alumnado y la coordinadora.

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.

Durante el curso 2023/24 se llevó a cabo el proceso de Evaluación de la Fundación Madri+D. Las valoraciones recibidas han sido muy positivas, todos los criterios han incrementado la valoración respecto al proceso de acreditación anterior y cumplen los estándares esperados para el desarrollo del título. No se han establecido acciones de modificación necesarias y únicamente el Criterio 1. Organización y desarrollo incluye posibles aspectos de mejora (aumento de plazas para prácticas externas, inclusión de representación de estudiantes

en comisiones, clarificación del procedimiento para evaluar el nivel de idioma castellano en estudiantes admitidos).

El informe todavía es provisional y tiene alegaciones en proceso de valoración, por lo que las acciones de mejora se diseñarán y se empezarán a implementar a partir del curso 2024/2025, una vez recibido el informe definitivo.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Según la evaluadora externa ha habido una mejora significativa en el máster en todos los criterios: organización y desarrollo; información y transparencia; sistema de calidad; personal académico y de apoyo, así como resultados de aprendizajes.	

7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

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

En 2020, se presentó la solicitud para modificación del título, habiéndose recibido informe favorable: https://www.ucm.es/file/informe-final-mod-m-comercio-y-consumo. El detalle de estas modificaciones solicitadas fue incorporado en la memoria anual de seguimiento del curso correspondiente.

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

En mayo de 2024 se inició proceso para la adscripción del máster al ámbito de conocimiento correspondiente según el Real Decreto 822/2021. Se solicitó la adscripción del título al ámbito de conocimiento (campo de estudio) de "Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad y turismo".

8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.

Como venimos apuntando en otras memorias, 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, pero también los fundamentos teóricos y críticos de la disciplina.

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).

También, si cuentan con experiencia previa se les asesora para valorar su participación en la asignatura de Prácticas u otras asignaturas optativas que, al contar con experiencia previa, puede resultarles más abarcadoras.

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 con 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.

Para ir terminando, es necesario señalar el proceso de Calidad bidireccional que parte del rectorado, pasando por el centro y que como enlace soporta el SGIC de la Facultad de Comercio y Turismo y que, como se mostrado en apartado anteriores, destacan por el buen desarrollo del título refrendado durante el proceso de acreditación con resultados muy positivos para el 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. Sinergia bidireccional de los procesos de calidad	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 entre los diferentes sistemas de calidad establecidos.
Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación	Contacto fluido y seguimiento de la marcha del curso por los miembros de la comisión de coordinación y trabajo en equipo del Consejo Asesor con la Coordinación. Implicación del equipo docente. Participación del equipo a lo largo del desarrollo del curso con el SGIC a través de su coordinadora Facilitación, adaptabilidad, flexibilidad.	Apartado 2	Potenciar la comunicación con el SGIC del centro y la Coordinadora del máster. Mantener y potenciar la comunicación entre miembros del equipo docente, su implicación y trabajo conjunto (sobre todo entre quienes colaboran en una misma asignatura).
Personal académico	Interdisciplinariedad. Profesionalidad y experiencia. Implicación en el curso, con incorporación de personas jóvenes al equipo docente.	Apartado 3	Es necesario, cada año académico, recordar la demanda de una orientación práctica del curso. Coordinar el trabajo y mejorar la comunicación entre el profesorado. Formación para el profesorado especializada con invitación de profesionales que formen al alumnado y mejoren las competencias y actualización práctica del profesorado.
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 Animar la participación del alumnado en los diferentes foros del centro y participación, puntual, dentro del Consejo Asesor.
Satisfacción de los diferentes colectivos	Altos niveles de satisfacción de profesorado y agentes implicados en Prácticas	Apartado 5.2	Potenciar mayor participación a través de comunicados y reuniones pedagógicas de su importancia.
Inserción laboral	Las competencias profesionales que otorga el máster son reconocidas por el mercado de trabajo		Mantener y ampliar las alianzas que se han ido generando con profesionales y empresas.
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	Seguimiento y mejora de las acciones y renovación muy positiva de la acreditación del máster por Agente Externo Madr+D	Apartado 6	Se seguirán las recomendaciones del SGIC. Se seguirán mejorando en canal (CV) permanente habilitado para el profesorado Se seguirá invitando a profesionales que puedan aportar una parte más práctica de la disciplina

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.

Sigue siendo mejorable 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

- Realizar talleres de esquematización y elaboración de TFM. Ya realizándose, pero en mejora.
- Realización de Talleres para asesoramiento de las prácticas: seguir en su reelaboración. Ya realizándose.
- Dado que el master tiene carácter multidisciplinar se podría implementar seminarios de actualización
- Implementar seminarios que complementen la formación del master, sobre todo con experiencias prácticas y actuales.
- Reforzar la colaboración del profesorado y mejorar la relación profesor/a-estudiante a través de trabajos colaborativos y enseñanza inversa.
- Generar una mayor orientación práctica con métodos y profesionales que estén trabajando día a día.
- Controlar la carga docente creando sinergias entre el profesorado e informando de la formación especializada de la facultad.
- Propiciar metodologías cualitativas que ayuden a conocer el clima en el aula.

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	Sobrecarga de trabajo del profesorado, que dificulta la organización de tareas añadidas a la docencia de sus asignaturas.						
Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación							
Personal Académico							
Sistema de quejas y sugerencias							
Indicadores de resultados							
Satisfacción de los diferentes colectivos	Representatividad mejorable de las encuestas de satisfacción Baja satisfacción mostrada por los estudiantes	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	Niveles de respuesta Nivel de satisfacción	Comisión de coordinación, claustro de profesores	Continua	En proceso
Inserción laboral	Muy pocos egresados y egresadas contestan las encuestas Dificultades para asumir el seguimiento de alumnos titulados en nuestro Máster	Faltan conocimientos sobre su inserción a lo largo del curso	Entrevista	Nº de estudiantes con empleo	Coordinación	Continua	En proceso
Programas de movilidad							
Prácticas externas							
Informes de verificación, seguimiento y renovación de la acreditación							