

VICERRECTORADO DE CALIDAD



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID

OFICINA PARA LA CALIDAD

**MEMORIA ANUAL DE SEGUIMIENTO DEL
MÁSTER EN CONSUMO Y COMERCIO
CURSO 2016/17**

Contenido

I.- INTRODUCCIÓN.....	3
II.- CRITERIOS.....	3
CRITERIO 1: LA FACULTAD PUBLICA EN SU PÁGINA WEB INFORMACIÓN SOBRE EL MÁSTER EN “CONSUMO Y COMERCIO”	3
Aspectos a valorar:	3
CRITERIO 2: ANÁLISIS CUALITATIVO DEL DESARROLLO EFECTIVO DE LA IMPLANTACIÓN Y DE LOS NIVELES DE CALIDAD ALCANZADOS EN EL MÁSTER EN “CONSUMO Y COMERCIO”	4
Aspectos a valorar:	4
SUBCRITERIO 1: ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO	4
SUBCRITERIO 2: INDICADORES DE RESULTADO	7
SUBCRITERIO 3: SISTEMAS PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DEL TÍTULO.	10
SUBCRITERIO 4: TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN.	18
SUBCRITERIO 5: MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS	19
SUBCRITERIO 6: RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.	19
SUBCRITERIO 7: ENUMERACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES ENCONTRADOS EN EL PROCESO DE IMPLANTACIÓN DEL TÍTULO, ELEMENTOS DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN DEL SGIC QUE HA PERMITIDO SU IDENTIFICACIÓN, ANÁLISIS DE LAS CAUSAS Y MEDIDAS DE MEJORA ADOPTADO.	22

I.- INTRODUCCIÓN

Esta Memoria tiene su origen en lo señalado en el artículo 27 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio.

El objetivo de esta Memoria Anual es que los responsables del seguimiento del Título en el Centro realicen un autodiagnóstico del desarrollo del Título, y que sus reflexiones permitan entender mejor los logros y las dificultades del mismo. Esta Memoria Anual forma parte de la primera etapa del Seguimiento del Título que culmina con la Acreditación, en caso favorable.

Para la elaboración de la Memoria se han tenido en cuenta las indicaciones de las distintas instituciones implicadas en la Calidad de la Educación Superior, destacando entre estas indicaciones las de disponer de mecanismos formales para el control y revisión de sus Títulos, que aseguren su relevancia y actualidad permanentes, permitiéndoles mantener la confianza de los estudiantes y de otros agentes implicados en la Educación Superior (criterio 1.2). De igual modo, se señala que las instituciones de Educación Superior deben garantizar que recopilan, analizan y utilizan información pertinente para la gestión eficaz de sus programas de estudio y de otras actividades (criterio 1.6), y que publican información actualizada, imparcial y objetiva, tanto cualitativa como cuantitativa, sobre los programas y Títulos que ofrecen (criterio 1.7).

II.- CRITERIOS

En el proceso de seguimiento se han establecido dos criterios que son objeto de análisis por la Comisión de Calidad del Título y/o Centro.

El primero de los criterios hace referencia a la **información pública del Título**. En este criterio se analiza la disponibilidad, accesibilidad y actualización de la información necesaria para satisfacer las demandas e intereses de los diferentes grupos que interactúan directa o indirectamente en el proceso formativo.

El segundo de los criterios, que analiza la **información proveniente del Sistema de Garantía Interno de Calidad**, permite conocer el desarrollo del Título y los niveles de calidad alcanzados en el programa formativo. En este apartado se encuentran la información relacionada con el análisis de indicadores, información generada por el sistema interno de garantía de la calidad, acciones puestas en marcha por el Centro como consecuencia de los análisis realizados por el mismo, de las recomendaciones efectuadas en los informes de verificación, modificación y las realizadas como consecuencia de los informes de seguimiento internos de la UCM y externos (FUNDACIÓN MADRI+D).

CRITERIO 1: LA FACULTAD PUBLICA EN SU PÁGINA WEB INFORMACIÓN SOBRE EL GRADO/MÁSTER EN CONSUMO Y COMERCIO

Aspectos a valorar:

1. La página Web del Centro ofrece la información sobre el Título, previa a la matriculación, que se considera crítica, suficiente y relevante de cara al estudiante (tanto para la elección de

estudios como para seguir el proceso de enseñanza-aprendizaje). Este Centro garantiza la validez de la información pública disponible.

El enlace de la página Web que contiene esta información es el siguiente:

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

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

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

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

CRITERIO 2: ANÁLISIS CUALITATIVO DEL DESARROLLO EFECTIVO DE LA IMPLANTACIÓN Y DE LOS NIVELES DE CALIDAD ALCANZADOS EN EL MÁSTER EN 'CONSUMO Y COMERCIO'

Aspectos a valorar:

SUBCRITERIO 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 el punto 9 de la memoria presentada a verificación y concretamente respecto a la estructura y funcionamiento del sistema de garantía de calidad del Título.

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

La Junta de Facultad 3/2014 de 19 de mayo aprobó la conformación de una Comisión de Calidad que -obviamente- en fechas posteriores ha ido actualizando los nombres de personas representantes de los cargos académicos correspondientes. En el año académico motivo de esta Memoria, 2016/17, la composición de esta Comisión fue la siguiente:

Nombre	Apellidos	Categoría y/o colectivo
Mercedes	Rodríguez Paredes	Presidenta. Vicedecana de Alumnos y Calidad
Amparo	Carrasco Pradas	Representante PDI
M ^a Ángeles	Gutiérrez Salinero	Representante PDI
Adolfo	Hernández Estrada	Representante PDI
Adolfo	Millán Aguilar	Representante PDI
Ana Isabel	Rosado Cubero	Representante PDI
Fernando	Santander del Amo	Representante resto PDI (Secretario)
Santiago	Ramos Álvarez	Representante PAS
Roberto	Colón Larrea	Representante de alumnos

Paola	Fernández-Mazarambroz	Representante de alumnos
Concepción	García Gómez	Decana (invitada)
Javier	Curiel Díaz	Coordinador del Grado en Turismo (invitado)
Pedro	López Sáez	Coordinador del Máster en Comercio Electrónico (invitado)
Frank	Babinger	Coordinador del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras (invitado)
Ignacio	Ruiz Guerra	Coordinador del Máster en Planificación y Gestión en Destinos Turísticos (invitado)
Matilde	Fernández-Cid Enríquez	Coordinadora del Máster en Consumo y Comercio (invitada)
Philippe	Gandet	Agente externo Director de la Escuela de Negocios Vatel España

Desde el año académico 2015-16, primero de impartición del máster en 'Consumo y Comercio', la coordinadora de este título participa en la Comisión de Calidad de la Facultad de "Comercio y Turismo". Esta participación de coordinadores de los cursos de nivel 'máster' en la Facultad como invitados en la Comisión de Calidad resulta coherente con 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".

Además de la participación en este foro de Calidad en la Facultad de "Comercio y Turismo", el Máster en 'Consumo y Comercio' ha conformado una Comisión de Coordinación propia para su Título (el punto 3.1. de esta Memoria incluye su composición).

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).

Sesiones

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

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

Adopción de acuerdos

1. 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. 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 dispondrá de voto de calidad.
2. 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, se considerará aprobada la misma por asentimiento, si ningún miembro solicita la votación ni presenta objeción u oposición a la misma.
3. Una vez anunciado el comienzo de una votación por el Presidente, ningún miembro podrá interrumpirla salvo para plantear una cuestión de orden relativa a la forma en que se está efectuando la votación.

Efectos de los acuerdos

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

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

Por su parte, las cuestiones relativas a las prácticas externas se canalizan a la Comisión de Prácticas Externas, responsable de su gestión; de forma similar, las cuestiones referentes a los intercambios internacionales son competencia de la Comisión Erasmus del Centro.

1.3.- Periodicidad de las reuniones y acciones emprendidas.

A lo largo del curso 2016-2017 se han celebrado reuniones de la Comisión de Calidad de la Facultad de "Comercio y Turismo" en las siguientes fechas:

- Reunión ordinaria: 5 de octubre de 2016

El tema principal se centró en el proceso de renovación de las acreditaciones de diferentes titulaciones de la Facultad que tendrá lugar a finales de curso, se informa a todos los miembros de la Comisión de la importancia del proceso y se suministra a los coordinadores de las titulaciones afectadas toda la documentación necesaria para ello. Las acciones que se proponen

son: reuniones de coordinación de cada una de las titulaciones para informar al profesorado de lo necesario para la renovación (evidencias de la evaluación, fichas docentes, etc.) y mejora de los contenidos de la web.

- **Reunión ordinaria: 31 de enero de 2017**

Se aprobaron los informes de autoevaluación de cuatro titulaciones que están en proceso de renovación de la acreditación. Los coordinadores coincidieron que los autoinformes reflejan el resultado del buen trabajo realizado durante los cursos anteriores.

- **Reunión ordinaria: 27 de febrero de 2017**

Se aprobaron las Memorias anuales de seguimiento de dos titulaciones: Máster de Consumo y Comercio y el Máster de Planificación y Gestión de Destinos Turísticos. En relación a nuestro Título en “Consumo y Comercio” la elaboración de esa primera Memoria del curso (primera convocatoria) resultaba tarea compleja: explicitamos aquí el agradecimiento por la facilitación (búsqueda de datos, proporción de contenidos comunes...) proveniente de la Comisión de Calidad de la Facultad de “Comercio y Turismo”.

En la Universidad se programó una presentación general para todos los Másteres con el objetivo de difundir y promocionar los Másteres UCM, en la que la asistencia fue muy baja (prácticamente inexistente del colectivo estudiantes), por lo que, se decide realizar una difusión a nivel interno en la Facultad buscando una mayor eficacia comunicativa.

SUBCRITERIO 2: INDICADORES DE RESULTADO

Se han calculado los indicadores cuantitativos establecidos en el Sistema Interno de Garantía de Calidad, que permiten analizar, entre otros, el cumplimiento o desviación de los objetivos formativos y resultados de aprendizaje.

INDICADORES DE RESULTADOS

<small>*ICM- Indicadores de la Comunidad de Madrid *IUCM- Indicadores de la Universidad Complutense de Madrid</small>	Primer curso de seguimiento	Segundo curso de seguimiento
ICM-1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas	40	40
ICM-2 Matrícula de nuevo ingreso	22	18
ICM-3 Porcentaje de cobertura	55%	45%
ICM-4 Tasa de rendimiento del título	84,65%	96,51%
ICM-6.1 Tasa de abandono-del título	4,5%	4,45%
ICM-7 Tasa de eficiencia de los egresados	---	94,31%
ICM-8 Tasa de graduación	55%	68,18%

IUCM-1 Tasa de éxito		99,49%
IUCM-5 Tasa de demanda del máster		652,50%
IUCM-6 Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente	50%	76,92%
IUCM-7 Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente	14,29%	53,85%
IUCM-8 Tasa de evaluaciones positivas del profesorado	100%	100%
IUCM-13 Satisfacción de alumnos con el título	5,2	5,2
IUCM-14 Satisfacción del profesorado con el título	8,5	9,0
IUCM-15 Satisfacción del PAS del Centro	7,5	7,14
IUCM-16 Tasa de evaluación del título	---	97,01%

2.1.- Análisis de los Resultados Académicos.

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 el Máster de 60 créditos (Plan 2015). Esta cifra se considera adecuada, como límite máximo de conformación del grupo, para la docencia en el Máster y no se contemplan modificaciones.

ICM2-Matrícula de nuevo ingreso

La matrícula de nuevo ingreso, con un resultado de continuidad de 18 personas, resulta preocupante por lo imprevisto y no deseado. Si el curso anterior, primero en que fue ofertado el Máster, considerábamos muy positiva la cantidad de 22 inscripciones, precisamente dada la novedad de la oferta formativa y sus consecuencias en términos de límites en su difusión, en esta ocasión contábamos con un incremento que marcará tendencia evolutiva de progresiva consolidación, lo que no se ha producido. Hemos de reconocer nuestra propia sorpresa, dado el incremento real en número de nuestras admisiones en el proceso de selección de candidaturas al curso; no preveíamos entonces la distancia existente entre personas admitidas y personas finalmente matriculadas. Es experiencia que, no siendo de nuestro agrado, nos obliga a situarnos en posición más realista (ajustada, por ejemplo, a datos como la evidente dispersión selectiva de candidaturas o la incidencia de fechas y requisitos de matriculación); ya en el presente año académico 2017-18 esta tendencia ha sido reconducida y manifestamos nuestra intención de aproximar tendencialmente los datos de matrícula a las plazas ofertadas.

ICM-3 Porcentaje de cobertura

Subrayando lo dicho en anterior apartado, consideramos que el porcentaje de cobertura es bajo y que hay que trabajar orientados hacia un mayor aprovechamiento de plazas ofertadas.

Si en anterior ocasión apuntábamos la posible y no cuantificable incidencia de la ‘crisis económica’ en la disuasión de continuar el periodo formativo (obviamente uno entre varios factores), subrayamos en esta ocasión el más evidente problema del limitado conocimiento de la oferta formativa. En varios de nuestros encuentros en ‘reunión de Equipo Docente’ hemos tratado este asunto, buscando vías de dar a conocer a potenciales interesados nuestra propuesta docente y los contenidos de nuestro Plan de estudios.

En este momento, ya con la experiencia de primeras promociones, intentamos orientar esa mayor adecuación informativa y difusora (por ejemplo, quienes ya han realizado el Máster pueden convertirse en idóneos transmisores de la propuesta del Máster en ‘Consumo y Comercio’).

ICM-4 Tasa Rendimiento del título

La Tasa de Rendimiento del título es del 96,51%. En esta ocasión, nos encontramos con un resultado muy satisfactorio; hay que considerar en todo caso que es un curso de un año académico de duración y que no resulta preocupante el aplazamiento de algunos créditos (generalmente presentación de TFM) para su conclusión en siguiente período lectivo.

ICM-6 Tasa de Abandono del máster

La tasa de abandono resulta muy similar a la del año anterior, en esta ocasión en términos numéricos 4’5%. Resulta éste uno de esos datos que nos gusta valorar en contexto: no es alarmante el número en sí, lo que conviene es revisar de dónde (situaciones) proviene; en este caso puede haber incluso ‘abandonos’ que tenemos finalmente que leer como ‘positivos’, si se trata, por ejemplo, de una incompatibilidad por acceso a un reconocimiento profesional (acompañado de mayor exigencia en dedicación) que se anticipa a la obtención del título. Garantizamos que estamos pendientes, desde la detección de primeros síntomas, de las situaciones de previsible ‘abandono’, y las atendemos de forma particularizada.

ICM-7 Tasa Eficiencia de los egresados

La Tasa de Eficiencia de nuestros egresados es del 94’31. Como apuntábamos respecto a la ‘tasa de rendimiento del título’, el porcentaje indica un altísimo nivel de eficiencia (si bien, repetimos, una menor tasa no implicaría necesariamente una alarma si es leída al margen de contexto).

ICM-8 Tasa Graduación

La tasa de Graduación obtenida durante el año académico 2016-17, fue del 68,18%, significativamente superior a la obtenida en el primer año de implantación del máster en ‘Consumo y Comercio’, que fue del 55%. En todo caso volvemos a recordar aquí -lo apuntábamos ya en aquel primer comentario del dato- que parte del alumnado opta por aplazar la presentación del Trabajo fin de Máster. No consideramos éste un dato preocupante a priori, si es un aplazamiento justificado, pero sí digno de atención en próximas promociones (resulta un asunto difícil, desde nuestra actual experiencia, conociendo la complejidad de la gestión del TFM: definición de propuestas, recursos, disponibilidad de tutorías...)

Los indicadores IUCM-6, IUCM-7 e ICUM-8 se analizarán en el ‘Subcriterio 3.2.’ de esta Memoria. Los indicadores IUCM-13, IUCM-14 e ICUM-15 se analizarán en el ‘Subcriterio 3.5.’ de esta Memoria.

SUBCRITERIO 3: SISTEMAS PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DEL TÍTULO.

En este subcriterio se procede a analizar el estado de la implantación y resultados de los procedimientos contemplados para el despliegue del Sistema de Garantía Interno de Calidad que son los siguientes:

- 3.1.- Análisis del funcionamiento de los mecanismos de coordinación docente.
- 3.2.- Análisis de los resultados obtenidos a través de los mecanismos de evaluación de la calidad de la docencia del título.
- 3.3.- Análisis de la calidad de las prácticas externas.
- 3.4.- Análisis de la calidad de los programas de movilidad.
- 3.5.- 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).
- 3.6.- Análisis de los resultados de la inserción laboral de los graduados y de su satisfacción con la formación recibida.
- 3.7.- Análisis del funcionamiento del sistema de quejas y reclamaciones.

3.1.- Análisis del funcionamiento de los mecanismos de coordinación docente.

Como se ha apuntado anteriormente (Subcriterio 1), los mecanismos de coordinación docente han sido implantados, con carácter general y por ello incidentes también en el Título “Consumo y Comercio”, en aquellos aspectos responsabilidad del Centro.

El Máster en ‘Consumo y Comercio’ dispone de una Comisión de Coordinación propia, formada por el grupo de profesores que trabajaron todo el proceso de implantación del Título, desde la presentación y defensa de su propuesta hasta su aprobación. Se organizó en un origen como “Comisión para el Diseño del Plan de Estudios del Máster Universitario Oficial en Consumo y Comercio”, antes de su presentación, propuesta y votación como “Comisión de Coordinación” en reunión del Equipo Docente (puesto que comenzó su trabajo con anterioridad a la aprobación del propio Máster). La Comisión de Coordinación fue aprobada en primera reunión con Equipo Decanal y Equipo Docente del curso, celebrada (inmediatamente después de la aprobación del Máster) el día 3 de junio de 2015. Sus componentes son:

“Comisión para el Diseño del Plan de Estudios del Máster Universitario Oficial en Consumo y Comercio”

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

Desde la notificación de aprobación del Máster por Administrador Verifica ANECA, en mayo de 2015, la Comisión de Coordinación mantiene reuniones periódicas (cada mes, como mínimo) para tener un seguimiento próximo de la marcha del Curso, tanto en sus aspectos formales como de contenido. En ellas abordamos desde asuntos relativos a protocolos de matrícula (facilitación de protocolos al alumnado y atención de posibles incidencias) hasta relaciones institucionales implicadas en la marcha del curso (con el propio Rectorado, con Instituciones públicas y privadas y Organizaciones intervinientes en consumo y comercio).

En relación a la coordinación docente, la ‘coordinación vertical’ se garantiza a partir del trabajo tanto de la figura del ‘Coordinador’ del máster (con funciones asignadas en esta tarea) como de la ‘Comisión de Coordinación’, integrada en la actualidad por cuatro miembros del equipo docente, tras propuesta y aprobación de éste. La ‘coordinación horizontal’ cuenta con la figura del coordinador de asignatura y del trabajo del conjunto del equipo docente.

El Equipo Docente tiene reuniones periódicas donde se abordan tareas de intercambio de información y toma de decisiones sobre contenidos, dinámica, evaluación, etc. entre las distintas Materias y Asignaturas del Máster. En estas reuniones (obviamente más escasas que las mantenidas en la Comisión de Coordinación, pero nunca con menor frecuencia de tres anuales) también se habla sobre tareas exigidas, tiempos docentes, recursos o coordinación de carga de trabajo del alumnado, entre otros asuntos (algunos previstos, otros emergentes en la propia reunión o a demanda de profesorado).

Están previstas tres reuniones -mínimo- en cada año académico: inicio -septiembre/octubre-, entre primer y segundo semestres -enero/febrero- y final de curso; en el año académico del que estamos dando cuenta, 2016-17, se celebraron reuniones de Equipo Docente en las fechas: 20 de septiembre de 2016, 13 de febrero y 28 de junio de 2017.

En dichas reuniones también son motivo de debate y acuerdos (en la medida de lo posible: algunas limitaciones vienen impuestas) la asignación de responsables de coordinación de Prácticas externas y de Trabajos fin de Máster. También se informa y se consulta sobre procesos de difusión y publicidad del curso y de selección de alumnado. En relación a este último aspecto, toda la Comisión de Coordinación está implicada, y participa, en la valoración y la selección de solicitudes para el curso; en este proceso de valoración y selección, se realiza entrevista individualizada a cada candidato/a que cumple requisitos de entrada y ha superado una primera selección basada en la documentación disponible (cuando el/la candidato/a no puede acudir, las entrevistas se realizan por vía electrónica: imagen y voz en tiempo real).

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’ (aunque en actualización cuando se requiere) del profesorado y de sus propuestas docentes (programas, fichas, información sobre protocolos, evaluación, contacto...)

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
20 sept. 2016	Información datos matrícula y perfiles alumnado. Organización general del curso (incluye referencia a TFM y Prácticas)	Cambios en profesorado y sus implicaciones. Intercambio fluido de información/comunicación en el equipo docente. Solicitud de atención a compromisos del proyecto formativo.
13 febr. 2017	Marcha del curso. Intercambio sobre evolución de primer periodo lectivo. Encuestas de valoración del Máster (sem. 1º)	Procesos evaluativos. Orientación TFMs. Solicitud contactos para optimización y adecuación de Prácticas. Intercambio experiencias docentes. Celebración sesión de encuentro (‘festivo’: ‘consumo participativo’) con profesores y alumnos (invitada promoción anterior).

28 junio 2017	Marcha del curso. Intercambio sobre evolución de segundo período lectivo. Marcha de los TFMs. Encuestas de valoración del Máster (sem. 2º)	Problema de ajuste de horarios del profesorado (a destacar desfase fecha de acuerdo -mayo- fecha de asignación definitiva -en ocasiones se prolonga más allá de verano). Debate en torno a la "praxis" docente (tensión 'teoría'-'práctica' y su necesaria complementariedad). Necesaria implicación en la difusión del curso (información adecuada, para una idónea relación oferta-demanda, etc.)
---------------	--	---

Apuntemos asimismo la participación de algún docente del Máster en iniciativas procedentes de otros Cursos (dentro-fuera de la UCM) o actividades compartidas; como ejemplo, en la Jornada sobre "Mejores Prácticas Docentes" organizada por el Máster en 'Comercio Electrónico' en la Facultad de *Comercio y Turismo*, o en Jornada sobre 'Defensa de consumidores ante cláusulas suelo y preferentes' organizada por ADICAE.

3.2.- Análisis de los resultados obtenidos a través de los mecanismos de evaluación de la calidad de la docencia del título.

Distribución del 'Equipo docente' del Máster, en función de su categoría académica:

Categoría PDI	Nº prof. total	% sobre total	ECTS impartidos total	% sobre Total	Sexenios
Catedráticos Escuela Universitaria	1	5,56%	12,00	9,88%	
Titulares Universidad	6	33,33%	46,50	38,27%	11
Titulares Escuela Universitaria	2	11,11%	4,00	3,29%	
Profesores Contratados Doctores	3	16,67%	26,40	21,73%	
Profesores Asociados	3	16,67%	16,00	13,17%	
Profesores Ayudantes Doctores	2	11,11%	15,00	12,35%	
Profesores Colaboradores	1	5,56%	1,60	1,32%	
Suma Total	18	100,00%	121,50	100,00%	11

Los datos de participación del profesorado en la evaluación de calidad docente muestran un importante incremento, respecto a las tasas obtenidas el curso anterior

IUCM-6 Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente

Para el año académico 2015-16, primero en la realización del Máster, el dato mostraba un 50% de tasa de participación en el programa de evaluación docente de los profesores, en esta ocasión asciende al 76,92%. Apuntábamos como propuesta en anterior entrega de Memoria (curso 2015-16) nuestra intención de transmitir el dato en reunión de equipo docente e invitar y animar a una mayor participación; obviamente no cabe en estas lecturas establecer una relación unívoca estímulo-respuesta, pero constatamos en incremento buscado de la participación.

IUCM-7 Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente

Aquí el porcentaje disminuye respecto a la 'tasa de participación' (en mayor o menor medida es común que esto ocurra); sin embargo, resaltamos aquí también la distancia entre la tasa obtenida anteriormente, del 14'29%, y la que refleja la respuesta obtenida en el año académico 2016-17, que alcanza el 53'85%.

IUCM-8 Tasa de evaluaciones positivas del profesorado

El resultado de esta tasa podría orientar una fácil lectura autocomplaciente a la que no vamos a sucumbir... no lo permiten ni el contexto (protocolo) de producción de datos ni el mismo resultado (sin matices explicativos no cabe la interpretación).

3.3.- Análisis de la calidad de las prácticas externas.

El Máster de 'Consumo y Comercio' oferta las prácticas externas como 'asignatura optativa' (considerando, como así ha ocurrido, que parte del grupo ya tiene experiencia profesional y puede estar menos interesado en su realización), con una carga de 6 créditos. Durante el año académico 2016-17 la tasa de participación efectiva en esta asignatura fue del 57% de las personas matriculadas.

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

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

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

La oficina de prácticas de la Facultad de Comercio y Turismo, responsable de todo el procedimiento administrativo para la realización de las prácticas externas, facilita una Guía de Prácticas a los/as estudiantes. Esta Guía establece el procedimiento para formalizar el 'alta' en GIPE (protocolo informático) y consultar y elegir las empresas u organizaciones con Convenido firmado con la U.C.M.; también, entre otra información, contiene una guía de 'alta' para empresas.

Entre las funciones de la oficina de prácticas podemos destacar las siguientes:

- Establecer relaciones con las empresas
- Preparación de convenios, remisión a empresas y al vicerrectorado para los trámites de firma y registro
- Recepción de ofertas y publicación en la página web

- Coordinación con el COIE para todas aquellas ofertas aplicables a los alumnos del máster y que son gestionadas por el COIE
- Prestar una atención personalizada a los estudiantes. Para ello, tiene prefijado un horario de atención al público de lunes a viernes de 12 a 14 horas
- Comunicación y Coordinación con los profesores tutores de prácticas (académicos y de empresa)
- Gestión de expedientes y calificaciones.

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

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

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

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

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

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

En el curso de implantación del máster en ‘Consumo y Comercio’ (año académico 2016-2017), nuestros alumnos/as realizaron sus prácticas en empresas relacionadas con los contenidos académicos del máster:

- Realizaron las prácticas:
- Curriculares: 11
- Extracurriculares: 6
- Nº de anexos gestionados por la oficina de prácticas:
- Nº de nuevos convenios marco gestionados por la Facultad:

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

Entidad	Área de Prácticas
ADICAE (Asociación de Defensa de Usuarios, Bancos, Cajas y Seguros CAM)	Servicio de Asesoría y Atención al Consumidor
Ayuntamiento de Madrid	Centro de promoción del Consumo Sostenible
Editorial Asimétrica S.L.	Comunicación, Marketing y Publicidad
Ferroatlántica, S.A.U.	Departamento Comercial
Biotóner & R. Sistemas Ecológicos, S.L. (comercial)	Oferta Administración
Cash Converters España, S.L.	Producto Junior
Distribuidora Internacional de Alimentación	Departamento de Expansión
Petite Mafalda S.L.	Comunicación y Organización de eventos
Hotelbeds Spain S.L.	Admin. Support Intership

Con relación a las vías de evaluación de la calidad de las prácticas podemos destacar las siguientes:

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

Los resultados obtenidos en estas diversas fuentes permiten concluir que las prácticas externas en el Máster en Consumo y Comercio han alcanzado con carácter general sus objetivos y hecho posible la ampliación de las competencias académicas y profesionales de sus alumnos/as. La valoración de las prácticas por nuestros alumnos, recogida de la encuesta de evaluación aplicada en el Máster, es altamente positiva (4,3 de 5 pts.) para el curso 2016-2017.

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

3.4.- Análisis de la calidad de los programas de movilidad.

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

Sí informamos al grupo sobre la posibilidad de realizar Prácticas en el extranjero; es una opción a la que animamos, sin embargo, hasta ahora nadie ha seleccionado esta alternativa (desde la coordinación del curso hemos facilitado incluso algún contacto propio fuera de España y se llegó a hacer selección con este objeto... que los alumnos invitados no pudieron finalmente aprovechar; apuntemos como elemento central disuasorio el económico).

3.5.- 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).

Como se apunta en la “Guía de Apoyo...” facilitada por el Vicerrectorado de Calidad, son objeto de análisis en este apartado las ‘encuestas de satisfacción’ realizadas entre los agentes implicados por el propio Vicerrectorado de Calidad. Recogemos aquí, pues, resultados de los indicadores IUCM-13, IUCM-14 e ICUM-15 que constan en la Tabla de resultados con que se inicia el apartado ‘Subcriterio 2: Indicadores de Resultado’ de este informe.

El nivel de participación de alumnos en las encuestas del Vicerrectorado es bajo (menos de un cincuenta por ciento), por lo que limita la posible ‘lectura’ de resultados; en todo caso, ese ‘aprobado’ (un 5’2) otorgado al curso apunta una valoración positiva si -entre líneas- conocemos una dinámica de respuestas (y ‘no respuestas’) que animan preferentemente en estos contextos a nombrar apuntes ‘críticos’ o ‘negativos’.

Percibimos niveles altos de satisfacción -de alumnado, de profesorado- en nuestro trabajo y contacto cotidiano con estos colectivos; más allá de la ‘percepción’, recibimos esa valoración también de cuestionarios de valoración aplicados en el curso.

Claramente se debe reconocer las limitaciones de interpretación (si queremos hablar de representación de colectivos) a partir de los datos disponibles. Quizá el tiempo de realización tenga también cierta incidencia: las encuestas se suelen realizar durante el segundo cuatrimestre, período que coincide con las prácticas y la elaboración del Trabajo Fin de Máster.

El resultado de las respuestas de satisfacción obtenidas del PAS ofrece una tasa positiva, pero no sería riguroso por nuestra parte hacer interpretaciones de este resultado.

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

No disponemos de información cuantificada para este apartado. Tenemos intención de establecer contacto para consulta en este sentido con todo el alumnado, para tener constancia y un seguimiento más próximo de trayectorias laborales y, en la medida de lo posible, nivel de ‘eficacia’ (en términos laborales... dato generalmente no acotable: falta de control de todos los elementos incidentes). Podemos transmitir, con los límites obvios, nuestra impresión fundamentada de eficacia real del título en el ‘mercado laboral’, dado el mantenimiento de contacto con parte de nuestros titulados.

3.7.- Análisis del funcionamiento del sistema de sugerencias, quejas y reclamaciones.

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 2016-2017:

- Reclamaciones por escrito presentadas en la secretaría de alumnos

No se tiene constancia de reclamaciones de este tipo presentadas por estudiantes del título durante el curso 2016-2017. Este tipo de reclamaciones se gestionan por las personas competentes en cada caso, se cursan y resuelven desde el Vicedecanato de Alumnos y Calidad y se responden por escrito y se archivan con su resolución.

- 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.

Aunque la ausencia de actividad para el caso de nuestro título podría ser leída de forma 'triumfalista' (por ejemplo, interpretando la ausencia real de quejas como su inexistencia) sabemos (y nos consta que varios informes del propio Centro reconocen) que, en general, los alumnos son poco propensos a utilizar los cauces 'formales' (formalizados) para plantear quejas y reclamaciones. No puede sorprender esta 'resistencia' si se considera el contexto general de escasa participación 'formalizada' de la población (el término "desinstitucionalización" apunta, entre otros, este fenómeno), lo que no significa necesariamente 'no participación'.

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

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

Ésta es una vía que generalmente se considera más 'próxima' y suele ser más utilizada. Efectivamente, durante el año académico 2016-2017 se estableció comunicación fluida con la coordinación del curso por parte de algunos/as alumnos y en algún caso se plantearon quejas, propuestas, preguntas... todas ellas en tono dialogante y abierto y relacionadas con cuestiones como la dinámica y/o nivel de exigencia de algunas asignaturas, el retraso en acceso a materiales/recursos o problemas de tramitación administrativa (desatención, demora).

Durante el año académico 2016-17 destacamos la queja manifestada en relación a los efectos académicos derivados de la baja médica del profesor de una asignatura durante el segundo periodo del curso; estas situaciones son difíciles de tramitar sobre todo por la dificultad de organizar sustituciones cuando el profesorado del departamento implicado tiene máxima carga docente: se contó con la participación activa (sustituciones, pero por varios profesores distintos) del Departamento afectado... pero esto causa la lógica incertidumbre y malestar en el grupo.

En varias ocasiones se organizaron encuentros/reuniones del grupo con la coordinación del curso, para tratar de forma colectiva asuntos compartidos (generalmente con carácter informativo, pero también es ocasión de seguir el 'pulso' del grupo, también de sus opiniones y valoraciones).

Estos formatos de planteamiento y, en su caso, resolución de 'problemas' no generan documento 'físico' en que quede constancia y no lo problematizamos: sabemos que son canales ricos en comunicación y facilitadores de búsqueda de 'soluciones' y expresión de alternativas. La coordinación del curso anima al alumnado a manifestar sus opiniones y propuestas considerando los múltiples posibles canales y formatos; intentamos animar a la formalización ante denuncias o quejas trascendentes.

SUBCRITERIO 4: TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN.

4.1.- 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, para la mejora de la propuesta realizada.

No procede

4.2.- Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de Seguimiento del Título, realizado por la Agencia externa para la mejora del Título.

No procede

4.3.- 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.

Recomendación: Se recomienda publicar algunos aspectos no disponibles en la categoría siguiente: - Planificación y calidad de la enseñanza en los ítems: Guías docentes de las asignaturas (contendrá el tipo de asignatura, número de créditos, programa, objetivos de aprendizaje, metodología de aprendizaje, criterios de evaluación e idioma)

En la actualidad constan las Guías docentes de todas las asignaturas con esta información.

Recomendación: Acuerdos o convenios de colaboración y programas de ayuda para el intercambio de estudiantes e Ingreso de estudiantes incluyendo planes de acogida o tutela.

Entendemos que se refiere a contacto con empresa fuera de España, nombrada en nuestra primera Memoria, la empresa Quality Latinoamérica, en Argentina, propuesta para realización de Prácticas a nuestros estudiantes... pero, como se ha apuntado también, no culminó en realización de práctica por ninguno de nuestros alumnos (interesó a alguien en un principio, pero suponía un sacrificio económico que finalmente disuadió).

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

En relación a la baja participación (profesorado, alumnado) en el programa Docentia del primer año, se planteaba entonces la intención de recordar y, en la medida de lo posible, incentivar, esta participación. Aunque es claro que el resultado final no es responsabilidad atribuible a la coordinación del máster, sí hemos asumido esa tarea de recordatorio e incentivación; los datos muestran, como se ha comentado en el apartado correspondiente, un incremento en la tasa de participación.

También se ha comentado anteriormente, y en este caso en términos autocríticos (hasta donde pueda ser atribuible a la organización-coordinación del curso) el dato inesperado de un número de matrículas más reducido de lo previsto. La Comisión de Coordinación planteábamos entonces (anterior Memoria) nuestro propósito de una mayor facilitación de acceso... como también se ha comentado, este intento no obtuvo los efectos esperados de incremento de matriculación.

Apuntábamos también en nuestra Memoria anterior la conveniencia de incrementar la tasa de graduación, en la medida en que pueda preverse una mejor adecuación y aprovechamiento de recursos. A pesar de que es un dato sólo limitadamente previsible, consta en esta Memoria el incremento de esta tasa respecto al año anterior.

4.5.- 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 Fundación para el conocimiento Madri+D para la mejora del Título.

No procede

SUBCRITERIO 5: MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

En este subcriterio queda recogida cualquier modificación del Plan de Estudios que se haya realizado durante el curso con el consiguiente análisis y posterior descripción de las causas que la han motivado.

5.1.- Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación de las modificaciones sustanciales realizadas.

No procede

5.2.- Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación de las modificaciones no sustanciales realizadas.

No procede

SUBCRITERIO 6: RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.

Algunos 'puntos fuertes' de la titulación apuntados en la anterior convocatoria vuelven a señalarse aquí, con matices y ampliaciones:

- La multidisciplinaridad del equipo de profesores del Máster. Dado lo abarcador de contenidos del Máster (tanto 'consumo' como 'comercio' convocan una pluralidad de asuntos, perspectivas, abordajes y análisis) esa pluralidad resulta potencialmente muy rica.
- La diversidad de experiencias de trabajo, tanto teórico como de investigación, del equipo docente del Máster. Reforzando el punto anterior: el equipo docente ha demostrado una capacitación y adecuación en su preparación teórica y pedagógica, pero también está compuesto por profesionales que conocen -por trayectoria, por participación actual- el trabajo de investigación empírica.
- El predominio del carácter internacional de los alumnos del Máster. Hoy es un elemento de enriquecimiento; en nuestros ámbitos de trabajo la diversidad de experiencias de origen, de modelos y procesos de consumo y dinámica comercial, de diferenciados 'estilos de vida', hábitos, costumbres o normativas, resultan muy productivos en el aprendizaje (intercambio, contraste, trayectorias confrontadas, similitudes...)
- Heterogeneidad de los alumnos por edad, experiencia, área de conocimiento y adscripción académica. Es una pluralidad potencialmente productiva en el proceso formativo compartido, si es conocida, considerada y estratégicamente orientada por el profesorado.
- 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, por supuesto, la posibilidad de realización de prácticas fuera de Madrid/España, en función de sus opciones (áreas de formación/profesionales, preferencias territoriales).

- En la línea apuntada en el punto anterior, la organización del Máster busca establecer contacto con empresas y otras organizaciones que puedan resultar de interés (previsto desde el máster o demandado/sugerido por sus estudiantes). Se solicita explícitamente la participación de profesores y alumnos.
- El proceso de selección de candidatos al máster incluye una entrevista personal en todos los casos de personas pre-seleccionadas para la realización del curso. Lo apuntamos como 'punto fuerte' por las claves de conocimiento previo del alumnado que ofrece esta práctica antes del inicio de curso, lo que coadyuva en las primeras presentaciones (grupo, asignaturas...)
- La Comisión de Coordinación del Máster realiza un seguimiento activo de la marcha del curso a lo largo del año. Recordamos aquí, como un indicador entre otros, la práctica de realización de encuestas de valoración a los alumnos de todas las asignaturas, una vez finalizado cada período lectivo (dos consultas al año).
- La en general alta implicación del alumnado, individual (interés y seguimiento) y colectiva. Destacamos esto desde el convencimiento de que la conformación como 'grupo de trabajo' es necesaria para el buen funcionamiento docente de cualquier práctica formativa.
- La profesionalidad, adecuación y disponibilidad de los responsables del área de informática (cuidada, exquisita, atención a profesorado y alumnado). Destacamos este 'valor' dado el papel hoy imprescindible (por su uso plural y transversal... necesario en todas las Materias del curso) de este servicio.
- La centralización de la gestión administrativa de la Facultad de Comercio y Turismo, con la designación de una persona de secretaría para atender las acciones administrativas relacionadas con los cursos Máster.

	FORTALEZAS	Análisis de la fortaleza*	Acciones para el mantenimiento de las fortalezas
Estructura y funcionamiento del SGIC	Implicación de los agentes intervinientes en la aplicación y seguimiento del plan de estudios del máster: comisión de calidad, equipo docente, otros servicios (informática, prácticas externas)	Subcriterio 1	Una comunicación fluida y colaborativa parece acción fundamental para la buena marcha del trabajo cotidiano de desarrollo del curso. Se mantendrán los encuentros periódicos y se potenciará la participación en ellos
Indicadores de resultado	Valoración de colectivos participantes (hasta donde los datos alcanzan: profesorado, alumnado, otros agentes implicados) Escasa y justificada tasa de abandono Incremento de tasa de graduación	Subcriterio 2	En este caso, más que ‘mantener’ estamos en el intento de mejorar resultados (tasa de graduación, porcentaje de cobertura...) Una mayor y más adecuada información a potenciales demandantes parece una acción necesaria y previsiblemente eficaz
Sistemas para la mejora de la calidad del título	La experiencia obtenida en estas primeras promociones de ‘puesta en marcha’ del máster, que apunta claves de mejora	Subcriterio 3	Esfuerzo en difusión/comunicación del curso y facilitación de acceso a matrícula Seguimiento de situación laboral de egresados y de su valoración del impacto del curso en su trayectoria profesional
Informes de Seguimiento y Renovación de la Acreditación	Atención a críticas y sugerencias	Subcriterio 4	

SUBCRITERIO 7: ENUMERACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES ENCONTRADOS EN EL PROCESO DE IMPLANTACIÓN DEL TÍTULO, ELEMENTOS DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN DEL SGIC QUE HA PERMITIDO SU IDENTIFICACIÓN, ANÁLISIS DE LAS CAUSAS Y MEDIDAS DE MEJORA ADOPTADO.

7.1.- 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. Propuesta del nuevo Plan de acciones y medidas de mejora a desarrollar

Respecto a los puntos débiles o problemas encontrados destacamos los siguientes:

- Destacamos, en relación al año académico aquí revisado, el bajo número de matrículas finalmente formalizadas. Es dato que pretendemos modificar en próximas convocatorias (ya iniciado el proceso de 'corrección').
- Aunque con evidente incremento respecto al curso anterior, todavía resulta baja la participación real (seguimiento de todo el proceso) del profesorado en el programa DOCENTIA. Se insistirá en la búsqueda de un incremento en esta participación. En todo caso, y aunque obviamente no es sustituto, recordamos que el Máster ha previsto, diseñado y aplicado entrevistas con los estudiantes y encuestas internas de calidad.
- Un problema resulta la imprevisibilidad en relación a la composición del equipo docente y su posible 'movilidad' de uno a otro año... La coordinación del curso no tiene potestad para intervenir en un asunto que depende de la distribución docente por Departamentos; en ocasiones esto conlleva limitaciones en la información, modificaciones o ajustes inesperados. Las potenciales (también imprevisibles) situaciones de baja sobrevenida pueden resultar también problemáticas.
- Falta de agilidad y, en ocasiones, de precisión, en protocolos administrativos (información, tramitaciones, ajustes, atención a demandas...); el alumnado del máster ha mostrado esta queja, de forma verbal y en respuesta a cuestionario interno de seguimiento del Máster.
- Dificultades en la tramitación de propuestas de TFM, en relación a plazos de entrega, fijación de tutores y correcta difusión de organización de contenidos.

	Puntos débiles	Causas	Acciones de mejora	Responsable de su ejecución	Fecha de realización	Realizado/ En Proceso/ No realizado
Estructura y funcionamiento del SGIC	Baja matriculación	Imprevisión de divergencia aceptación-matrícula	Mayor-mejor difusión información del curso	Comisión Coordinación	2018-19	En proceso
Indicadores de resultado	Baja participación en encuestas valoración Tasa de graduación relativamente baja	Desinterés, aplazamiento, desinformación Falta de realismo en distribución de esfuerzos, aplazamiento de tareas	Incentivación, información Seguimiento próximo de trabajo del alumnos	Comisión Coordinación	2018-19	En proceso
Sistemas para la mejora de la calidad del título	Falta de seguimiento sistemático (datos) de trayectoria formativa y laboral del alumnado	Trabajo adicional a la propia organización y dinámica formativa del curso... que interesa, pero exige planificación, tarea y -sobre todo- tiempo (la voluntad consta, la intención de asunción también) Incentivación de mayor optimización de Prácticas (también fuera de Madrid)	Proyecto (tiempo, contacto, cuestionario...) de conexión y seguimiento con 'antiguos alumnos' Intervención en protocolos de presentación y acceso a empresas/Organizaciones de realización de Prácticas	Comisión Coordinación	2018-19	En proceso
Tratamiento dado a las	Se ha atendido, considerado y			Comisión Coordinación	2018-19	Realizado

recomendaciones de los informes de verificación, seguimiento y renovación de la acreditación	respondido a las recomendaciones efectuadas					
Modificación del plan de estudios						No procede

MEMORIA APROBADA POR LA JUNTA DE CENTRO EL DÍA 15 DE FEBRERO DE 2018