



VICERRECTORADO DE CALIDAD

<b>RUCT</b>	<b>MEMORIA ANUAL DE SEGUIMIENTO</b>
4313955	MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMERCIO ELECTRÓNICO

<b>Universidad/es participantes</b>	<b>Centro</b>
UCM	FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

<b>Créditos</b>	<b>Doble grado/máster</b>	<b>Curso de implantación</b>	<b>Prácticas externas</b>	<b>Programas de movilidad</b>
60		2013-14	SI	NO

ÚLTIMA EVALUACIÓN DE LA AGENCIA EXTERNA			
Verifica	Modificación Verifica	Seguimiento externo	Acreditación
23/05/2013	08/05/2019	14/02/2023	14/03/2024

## INDICE

<u>INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO</u>	3
<u>ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO DE GRADO/MÁSTER</u>	3
<u>1. ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO</u>	3
<u>2. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS MECANISMOS DE COORDINACIÓN DEL TÍTULO</u>	3
<u>3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO</u>	3
<u>4. ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS</u>	4
<u>5. INDICADORES DE RESULTADO</u>	4
<u>6. TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN.</u>	6
<u>7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS</u>	6
<u>8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.</u>	6
<u>9. RELACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES DEL TÍTULO Y PROPUESTA DE MEJORA</u>	8

## INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO

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

1. La página web del centro ofrece la información sobre el Título, previa a la matriculación, que se considera crítica, suficiente y relevante de cara al estudiante (tanto para la elección de estudios, como para seguir el proceso de enseñanza aprendizaje). Este centro garantiza la validez de la información pública disponible.
2. Esta información está actualizada y su estructura permite un fácil acceso a la misma.
3. La información presentada se adecúa a lo expuesto en la memoria verificada del título.

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

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

**1.1.- Relación nominal de los responsables del SGIC y colectivo al que representan.** La relación nominal de la Comisión de Calidad actualizada se encuentra publicada en la web de la Facultad: <https://comercioyturismo.ucm.es/file/relacion-nominal-de-los-responsables-del-sgic>

**1.2.- Normas de funcionamiento y sistema de toma de decisiones.** Toda la información sobre las normas de funcionamiento se encuentra publicada en la web <https://comercioyturismo.ucm.es/sistema-de-garantia-interna-de-calidad-sgic>

Los procedimientos del sistema de garantía de calidad previstos en el punto 9 de la memoria presentada a verificación están plenamente instaurados y funcionando con un nivel satisfactorio. La responsable de garantizar la calidad interna de los títulos de la Facultad de Comercio y Turismo es la Decana de la Facultad o persona en quien delegue. El primer nivel de la SGIC es la Comisión de Calidad del Centro. Es el órgano responsable de garantizar la calidad de las titulaciones impartidas en la Facultad de Comercio y Turismo, como Comisión delegada de la Junta de Centro, y presidida por la Vicedecana de Estudios y Calidad. En el segundo nivel del SGIC los dos elementos básicos del sistema de coordinación implantados en el título son el Coordinador/a del Máster y la Comisión de Coordinación Académica. Durante el curso 2022-2023, las reuniones de las diferentes comisiones, tanto ordinarias como extraordinarias, han resultado útiles para el correcto desarrollo de los diferentes títulos de la Facultad y en particular del Máster en Comercio Electrónico. Las sesiones han permitido solventar las problemáticas surgidas durante el curso. La toma de decisiones ha sido, en la mayoría de las ocasiones, consensuada por la práctica totalidad de los miembros de la comisión. Además, se ha recibido información de primera mano de las novedades en materia de calidad provenientes del Rectorado de la UCM y que pudieran tener repercusión sobre los títulos impartidos en el centro.

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

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
Reunión ordinaria 28/09/2023	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.	Aprobación de las memorias por asentimiento
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	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 aprueban los informes de autoevaluación por asentimiento.

	Planificación y Gestión de Destinos Turísticos.  Análisis y aprobación, si procede, de medidas relacionadas con los informes provisionales de seguimiento anual de la UCM.	Se aprueban las alegaciones por asentimiento
Reunión ordinaria 22/02/2024	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 informa de los resultados de los informes provisionales de seguimiento anuales de la UCM y aprueba las alegaciones por unanimidad.
Reunión extraordinaria 11/03/2024	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	En el caso del Máster Universitario en Comercio Electrónico, la comisión aprueba la adscripción del máster en el ámbito de conocimiento "Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo"

FORTALEZAS	DEBILIDADES

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

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

- Definición de los criterios de baremación para la admisión de los alumnos/as y criterios de valoración de méritos. Revisión del currículum de cada alumno/a y entrevistas personales.
- Establecimiento de los perfiles de los estudiantes seleccionados
- Proceso de selección de los estudiantes
- Coordinación del profesorado
- Horarios
- Actividades de promoción y difusión del Máster
- Información periódica a la Junta de Facultad del desarrollo del máster.
- Revisión de la Guía Docente en soporte informático.

Por otra parte, existe otro mecanismo que es la comisión de coordinación del título, formada por los coordinadores de asignaturas y a cuyas reuniones se invita a todo el profesorado que forma parte del claustro. Los coordinadores de asignaturas son nombrados por cada Departamento, tienen como función coordinar la elaboración y actualización de la Guía Docente de cada asignatura, el calendario de actividades docentes, los materiales de referencia para los estudiantes y la evaluación.

Durante el curso 2023-2024 se llevaron a cabo tres reuniones de la comisión del máster. A continuación, se indica la fecha de estas, temas tratados en ellas, así como los problemas analizados, acciones de mejora, y acuerdos adoptados. Se trata de un sistema efectivo para la resolución de problemas que facilita la tarea de toma de decisiones y el proceso continuo de mejora del título.

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
14/09/2023	Horarios, fechas clave y estado de la matriculación para el curso 2023-2024 Asignación de aula de prácticas y aula de teoría y peticiones de software Renovación de acreditación del título	Se recuerdan los horarios y fechas de inicio y fin de cada bimestre. Se informa de las plazas cubiertas. Se informa de las aulas asignadas para la docencia. No hay peticiones específicas de software. Se informa de la situación del proceso de acreditación. Se espera la visita del panel en modalidad online abreviada.
30/01/2024	Situación del curso Convocatoria extraordinaria de TFM Organización del Trabajo Fin de Máster (TFM) Organización de charlas y conferencias Apertura del plazo ordinario de inscripción al máster Fechas de exámenes en convocatoria extraordinaria	Se informa acerca de la situación del curso en el primer y segundo bimestre Se fija la fecha para la celebración de un tribunal extraordinario Se anuncian las fechas y modalidades de trabajo (individual y business game) Se informa de las ponencias organizadas por el MUCE durante el curso Se informa de la apertura del primer plazo de inscripción al programa Se recuerda el calendario de exámenes para la convocatoria extraordinaria de junio
30/06/2023	Balance general del curso Aprobación de horarios y calendario 2024-2025 y fechas de exámenes	Se debate acerca del desempeño de los alumnos/as durante el curso La coordinación presenta el calendario y horarios del curso 2024-2025

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1. Excelente funcionamiento de la Comisión Académica del máster y reuniones de coordinación	

### 3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO

De acuerdo con los datos proporcionados por el Centro de Inteligencia Institucional de la UCM, a través del Sistema Integrado de Datos Institucionales (SIDI), la estructura del personal académico muestra que un 22,7% es funcionario y el 77,3% están contratados en régimen laboral. El 50% del profesorado es permanente. De este 77,3% un 40,9% son Profesores Asociados, especialistas de reconocida competencia en la materia para la que son contratados. Estos imparten docencia relacionada con su actividad profesional. El 60% de los profesores cuentan con el título de doctorado. Datos del 30/11/2023

Categoría	Personas	% de Personas	Créditos Impartidos	% de Créditos Impartidos	Sexenios
Asociado	9	40,9%	26,20	36,8%	0
Ayudante Doctor	2	9,1%	8,40	11,8%	0
Catedrático de Escuela Universitaria	2	9,1%	6,90	9,7%	0
Colaborador	2	9,1%	6,80	9,5%	1
Contratado Doctor	3	13,6%	10,50	14,7%	4
Contratado Doctor Interino	1	4,5%	2,25	3,2%	0
Titular de Universidad	3	13,6%	10,20	14,3%	5

En total, un 36,8% de los créditos del Máster en Comercio Electrónico se imparten por profesionales especialistas, lo que resulta altamente apropiado para un título de carácter profesionalizante. El 63,2% restante de los créditos del título se imparte por profesores con dedicación exclusiva a la Universidad, con figuras contractuales que exigen el grado de Doctor y competencia investigadora por su previa acreditación. A pesar de tratarse de un título que no se orienta necesariamente hacia la vertiente investigadora, la estructura del personal académico del Máster en Comercio Electrónico reúne 10 sexenios de investigación.

	Curso autoinforme acreditación 2021/22	1º curso de acreditación 2022/23	2º curso de acreditación 2023/24	3º curso de acreditación 2024/25
IUCM-6 Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente	78,9%	100%	86,4%	
IUCM-7 Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente	100%	100%	80%	
IUCM-8 Tasa de evaluaciones positivas del profesorado	100%	100%	100%	

Durante el curso 2023-24 la Tasa de participación en el programa de Evaluación Docente (IUCM-6) ha sido del 86,4%, cifra ligeramente inferior a la del curso anterior. La tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente (IUCM-7) ha alcanzado el 80%. Todos los profesores evaluados han recibido una evaluación positiva.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F2 Alta tasa de evaluaciones positivas en el Programa de Evaluación Docente y evaluaciones positivas del profesorado	

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

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

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

cuestión a tratar, y de los organismos implicados que requieran consulta y participación en la respuesta.

Según información disponible en el Vicedecanato de Estudiantes y Extensión Universitaria, durante el curso 2023-2024, se han recibido en la Facultad de Comercio y Turismo un total de 26 incidencias relacionadas con reclamaciones, quejas y sugerencias formalizadas por estudiantes. Estas incidencias se han recibido mediante instancia en registro o formulario de sugerencias y quejas habilitado en la web y presentado en la Facultad de Comercio y Turismo. Adicionalmente, se han recibido escritos por correo electrónico dirigidos a diferentes miembros del equipo decanal, procedentes de delegados/as de curso, representantes de la Delegación de Estudiantes y estudiantes que se han dirigido por escrito de manera individual. También se han recogido las quejas o sugerencias expresadas verbalmente. En este sentido, prevalece la vía online como principal canal de recepción de incidencias. Revisado este informe, el Máster Universitario en Comercio Electrónico no ha recibido quejas o incidencias a través del sistema online establecido a tal efecto ni por escrito dirigido a la Secretaría de Estudiantes o al Decanato correspondiente.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F3. Ausencia de quejas en el Máster Universitario en Comercio Electrónico	

## 5. INDICADORES DE RESULTADO

### **5.1 Indicadores académicos y análisis de estos**

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

#### INDICADORES DE RESULTADOS

*ICM- Indicadores de la Comunidad de Madrid *IUCM- Indicadores de la Universidad Complutense de Madrid	Curso autoinforme acreditación 2021/22	1º curso de acreditación 2022/23	2º curso de acreditación 2023/24	3º curso de acreditación 2024/25
ICM-1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas	35	35	35	
ICM-2 Matrícula de nuevo ingreso	18	31	31	
ICM-3 Porcentaje de cobertura	51,43%	88,57%	88,57%	
ICM-4 Tasa de rendimiento del título	98,38%	98,69%	97,67%	
ICM-5 Tasa de abandono-del título	0%	0%	0%	
ICM-7 Tasa de eficiencia de los egresados	99,48%	98,63%	98,01%	
ICM-8 Tasa de graduación	100%	100%	100%	
IUCM-1 Tasa de éxito	100%	100%	99,66%	
IUCM-5 Tasa de demanda del máster	1302,86%			

IUCM-16 Tasa de evaluación del título	95,29%	98,38%	100%	
--	--------	--------	------	--

La matrícula de nuevo ingreso (indicador ICM.2) fue de 31 alumnos/as en el curso 2023-2024 (88,57%) de cobertura igualando las tasas del curso 2022-2023. La tasa de demanda del máster se mantiene en niveles similares al curso anterior (1131,4%).

En la memoria verificada, para la tasa de rendimiento del título (ICM-4), se establecen unas expectativas superiores al 90%. Esta tasa informa anualmente de la proporción de créditos ordinarios superados por los estudiantes con respecto a los créditos ordinarios matriculados. Con algunas oscilaciones leves, la tasa se mantiene por encima de los niveles establecidos, alcanzando en el curso 2023-2024 el 97,67%.

Para la tasa de abandono del título (Indicador ICM-5.1/6.1), en la memoria verificada se fijaba un nivel esperado del 15%. Ese porcentaje sólo se superó en el curso 2017-2018. A partir del curso 2018-2019 la tasa de abandono mejora llegando al 0%. Se trata de una de las fortalezas del título, fruto del intenso trabajo dedicado a que los estudiantes no abandonen el programa, generalmente al afrontar el desarrollo del Trabajo Fin de Máster (TFM) y tener que compatibilizarlo con prácticas de empresa o su labor profesional. Igualmente ocurre con la tasa de eficiencia de los egresados (Indicador ICM-7), que informa sobre la diferencia entre el número de créditos efectivamente matriculados por los graduados con respecto a los créditos realmente superados para poder graduarse. La memoria verificada planteaba como adecuada una tasa de eficiencia del 80%, si bien a lo largo de los últimos 4 cursos ha sido superior al 98%.

La memoria de graduación establecía una tasa de graduación (Indicador ICM-8) esperada del 70%. Este indicador aporta información anual sobre la proporción de estudiantes que consiguen finalizar en el tiempo previsto (más un año) el máster con respecto a los estudiantes matriculados inicialmente. Desde el curso 2018-2019 se ha situado en valores excelentes gracias a la implementación del TFM basado en el juego de simulación de empresas y el desarrollo de algunos trabajos individuales. En el curso 2023-2024 la tasa de graduación ha sido del 100%. La memoria de verificación establecía una tasa de éxito esperada (Indicador IUCM-1) superior al 95%. Este indicador representa la relación porcentual entre el número total de créditos ordinarios superados por los estudiantes en un determinado curso académico y el número total de créditos ordinarios presentados por los mismos. Desde el curso 2018-2019 y posteriores esa tasa ha sido del 100% excepto en el curso 2020-2021 y en el curso 2023-2024 que ha sido del 99,66%. Se trata de un resultado y evolución favorable, muy por encima del valor establecido como deseable en la memoria de verificación.

Asignatura	Carácter	Matriculados	1ª matrícula	2ª Matrícula y sucesivas	Apr. / Mat.	Apr. / Pres.	N.P. / Pres.	Apr. 1ª Mat. / Mat. 1ª Mat.	NP	SS	AP	NT	SB	MH
CANALES DE COMUNICACIÓN DIRECTA	OBLIGATORIA	31	31	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	6	25	0	0
COMPUTACIÓN UBICUA Y NUEVOS MODELOS DE APLICACIÓN WEB	OBLIGATORIA	31	31	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	15	15	1
DERECHO DE LA EMPRESA:ASPECTOS FISCALES Y MERCANTILES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO	OBLIGATORIA	31	31	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	9	16	6	0
DERECHO DEL CONSUMO	OBLIGATORIA	31	31	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	1	15	15	0
DISEÑO WEB,TECNOLOGÍAS DE INTERNET Y REDES DE COMUNICACIÓN	OBLIGATORIA	31	31	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	1	11	19	0
ESTRATEGIA RELACIONAL	OBLIGATORIA	31	31	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	24	7	0
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	OBLIGATORIA	31	31	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	0	30	1
LOGÍSTICA Y OPERACIONES	OBLIGATORIA	31	31	0	93,55%	93,55%	0,00%	93,55%	0	2	4	24	0	1
PLAN DE MARKETING DIGITAL	OBLIGATORIA	31	31	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	1	27	3	0
PLAN DE NEGOCIO I:MARCO GENERAL	OBLIGATORIA	31	31	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	17	14	0	0
PLAN DE NEGOCIO II:PROYECCIONES	OBLIGATORIA	31	31	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	2	24	5	0
PLAN ESTRATÉGICO	OBLIGATORIA	31	31	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	15	13	3	0
PLATAFORMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO	OBLIGATORIA	31	31	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	4	23	4	0
POSICIONAMIENTO Y SEGURIDAD EN LA WEB	OBLIGATORIA	31	31	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	5	26	0
PRÁCTICAS EN EMPRESAS	PRACTICAS EXTERNAS	23	23	0	91,30%	100,00%	8,70%	91,30%	2	0	1	6	14	0
SOFTWARE CORPORATIVO	OBLIGATORIA	31	31	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	16	15	0
TRABAJO FIN DE MÁSTER	PROYECTO FIN DE CARRERA	30	28	2	86,67%	100,00%	13,33%	89,29%	4	0	1	4	21	0
TRANSFORMACIÓN EMPRESARIAL	OBLIGATORIA	31	31	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	2	10	18	1

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

a) En todas las asignaturas (excepto prácticas de empresas y TFM) el porcentaje de aprobados sobre matriculados está por encima del 93%. Datos que se actualizarán a finales del mes de septiembre con el cierre de actas.

b) Diversa gradación en la calificación de las asignaturas, lo que implica un criterio de independencia en la evaluación de las asignaturas y confirma el alto rendimiento del alumnado.

c) En el TFM, el porcentaje de aprobados es del 86,67%. Un 89,29% de los matriculados por primera vez han superado la asignatura. Un 13,33% de alumnos no se han presentado.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F4 Valores muy positivos y sostenidos en el tiempo en las tasas de abandono, eficiencia y graduación	

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

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

	Curso autoinforme acreditación 2021/22	1º curso de acreditación 2022/23	2º curso de acreditación 2023/24	3º curso de acreditación 2024/25
IUCM-13 Satisfacción de alumnos con el título	8,3	5	7,8	
IUCM-14 Satisfacción del profesorado con el título	8,5	9,6	9,6	
IUCM-15 Satisfacción del PAS del Centro	6,3	8,8	7	

#### Estudiantes

Según las encuestas de satisfacción de los alumnos con el título (IUCM-13) la satisfacción global con la titulación ha sido de 7,8 puntos sobre 10 en el curso 2023-2024. Se trata de la cuarta vez desde el curso 2019-2020 que se supera la suficiencia con un incremento notable frente al curso pasado. En el curso 2023-2024 la participación ha sido del 15,2% frente al 8,3% del curso anterior aunque siguen siendo cifras mejorables.

i. En el apartado de desarrollo académico, los alumnos valoran positivamente la claridad de objetivos (8,6), la integración entre teoría y práctica y el número de alumnos por aula (ambos ítems con una media de 8,7). En este apartado, consideran que el nivel de dificultad es apropiado así como la relación calidad/precio (7,8 en los dos parámetros). También valoran positivamente la orientación internacional del título y el plan de estudios (7,8). Existe margen de mejora en el tiempo de entrega de las calificaciones (6,2).

ii. Con respecto a las asignaturas, tareas y materiales, consideran que los materiales son actuales y novedosos, que se han alcanzado los objetivos propuestos y que el trabajo no presencial resulta útil (todos los ítems con un 8,2 de media). Existe margen de mejora con respecto a la innovación de los contenidos (7,4).

iii. En líneas generales, valoran positivamente las prácticas externas, destacando la atención del tutor / colaborador y la gestión del centro (ambos parámetros con media de 8). Aunque la satisfacción con las prácticas, la utilidad percibida y la valoración formativa es buena (media=7) existe aún margen de mejora.

iii. Valoran bien la formación recibida y el proceso de matriculación, destacando especialmente las tutorías presenciales (8,2) y las competencias de la titulación (8,2).

iv. Valoran positivamente el prestigio de la UCM (8,6) y muestran orgullo por pertenecer a la institución (media=8,2).

v. Manifiestan que repetirían estudios superiores en nuestra institución (9,2) pero no la titulación (6,6).

Preguntados sobre si recomendarían la UCM, la media se eleva a 9 puntos.

### Profesorado

Durante el curso 2023-2024, siete profesores del claustro participaron en las encuestas de satisfacción. La satisfacción media ha sido de 9,6 puntos sobre 10 para este colectivo, manteniendo los datos obtenidos en cursos precedentes. El profesorado valora muy positivamente la coordinación de la titulación, la formación académica impartida y la integración de la teoría y práctica (media=10). Los profesores consideran satisfactorio el nivel de trabajo de los alumnos y muestran satisfacción con los resultados (9,1 sobre 10). Sin embargo, hay posibilidades de mejora en el aprovechamiento de las tutorías (7,6). Existe unanimidad en la posibilidad de repetir docencia en la titulación (10). La gestión de la titulación (apoyo técnico, información, atención prestada por el PAS, organización de horarios y procedimientos administrativos) superan la calificación de 9,5 sobre 10.

### Personal de Administración y Servicios

La participación del PAS en esta encuesta ha sido del 14,3% del total. La satisfacción media global es de 7 puntos sobre 10.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F5 Satisfacción del profesorado con el título F6 Satisfacción de estudiantes con el título F7 Satisfacción del PTGAS con el centro	D1. Los estudiantes consideran que el plazo de entrega de calificaciones y la innovación en los contenidos son susceptibles de mejora.

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

Según los datos facilitados por el Vicerrectorado de Calidad de la UCM correspondientes a los estudiantes egresados en 2022 y recogidos a los 24 meses de su graduación, la tasa de estudiantes con empleo (%) para los estudiantes del Máster Universitarios en Comercio Electrónico es del 100% (n=2), superando en un 13,3% a los estudiantes egresados en 2020. La participación ha sido del 11,1% frente al 23,8% del curso anterior. Afirman que la media en encontrar empleo ha sido de 3,5 meses. Los encuestados valoran con un 9,5 la adecuación del empleo a la capacitación obtenida, considerando que se trata de un empleo relacionado con su titulación (9,5 puntos). A su vez, puntúan con un 8 las condiciones materiales y humanas del empleo y, con similar puntuación, indican su satisfacción con el trabajo actual (media=8 puntos).

A pesar de que la representatividad de la muestra es mejorable en la Encuesta de Satisfacción de Egresados (n=3, 9,4% de participación) valoramos que la satisfacción con la titulación es 6,7 sobre 10. Los encuestados destacan como fortalezas el número de alumnos por aula (8,7), la relación calidad-precio (8,3) y las calificaciones en tiempo adecuado (8,3). Consideran mejorable la organización, materiales ofrecidos y las prácticas (todos los items con un 4,7).

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

	Curso autoinforme acreditación 2021/22	1º curso de acreditación 2022/23	2º curso de acreditación 2023/24	3º curso de acreditación 2024/25
IUCM-29 Tasa de satisfacción egresados con la formación recibida	8	9	6,7	
IUCM-30 Tasa de inserción laboral egresados	66,70%	80%	100%	

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F6. Se dispone de un sistema consolidado de recogida de datos de satisfacción para todas las partes interesadas (estudiantes, egresados, PDI, PAS y empleadores)	D2. Dificultad para lograr una muestra representativa de alumnos egresados en las encuestas de inserción laboral y de satisfacción a la formación recibida.

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

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

FORTALEZAS	DEBILIDADES

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

Para la superación del programa formativo, los alumnos que cursan el Máster Universitario en Comercio Electrónico deben realizar, de manera obligatoria, seis créditos de prácticas externas. Si bien, puede haber estudiantes que convaliden las prácticas por experiencia profesional o con la realización de prácticas extracurriculares. Al tratarse de un título que tiene por finalidad la formación de profesionales altamente cualificados para crear y dirigir negocios de comercio electrónico, el contacto directo con las empresas que proporcionan las prácticas es un indicador clave del éxito del programa formativo.

Durante el curso 2023-2024 un total de 23 alumnos han realizado prácticas curriculares. El 100% ha respondido a la encuesta enviada por parte del Departamento de Prácticas y Empleo.

##### Perspectiva del estudiante

A la hora de valorar su satisfacción general con las prácticas realizadas, el 17,39% se considera bastante satisfecho, el 30,43% muy satisfecho y el 43,48% totalmente satisfecho. Más del 90% de los alumnos valora por encima de 4 sobre 5 que, en las prácticas, ha podido aplicar los conocimientos adquiridos en el máster (el 43,48% con 4 puntos y el 47,83% con 5 puntos). También valoran muy positivamente la formación recibida en el Máster como preparación para la realización de las prácticas y el grado de relación entre las competencias adquiridas en el máster y el desarrollo de éstas. Más de un 80% de los alumnos valora con 4 o 5 puntos que las prácticas han favorecido la adquisición de conocimientos y competencias para ejercer su profesión y consideran que las prácticas son un complemento necesario en su formación.

##### Perspectiva de la empresa

La satisfacción con las prácticas coincide con la impresión por parte de los tutores de las entidades que les han acogido (n=23). Los tutores consideran que los alumnos cuentan con buena capacidad técnica, capacidad de aprendizaje, capacidad de organización y planificación y capacidad de reflexión analítica y crítica. Consideran que los alumnos han demostrado capacidad de trabajo y constancia y un 73,91% valora muy positivamente la capacidad de implicación. De manera rotunda consideran que se han cumplido las expectativas previstas al ofertar las prácticas planteándose en un 65,22% la posibilidad de contratar al estudiante una vez finalizado el

periodo de prácticas. El 100% de los encuestados aceptaría seguir recibiendo estudiantes de nuestra facultad. El listado de empresas colaboradoras puede consultarse en: <https://www.ucm.es/muce/practicas-externas>

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F7. Los alumnos y las entidades colaboradoras muestran un alto nivel de satisfacción con las prácticas externas	

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

**6.1 Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de Evaluación de la Solicitud de Verificación 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.**

**6.3 Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el último Informe de Seguimiento del Título, realizado por la Oficina para la Calidad de la UCM, para la mejora del Título.**

El Vicerrectorado de Calidad de la Universidad Complutense, en el informe de la Memoria de Seguimiento del curso 2022-2023, indicó una serie de recomendaciones que han sido atendidas de la siguiente manera:

ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO

4. Análisis del funcionamiento del sistema de quejas y reclamaciones

*Se recomienda reflexionar sobre la efectividad del sistema implantado, como ya se indicaba en anteriores informes de seguimiento.*

Se detalla el proceso y se exponen de manera detallada las razones de efectividad del sistema.

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

A continuación, se detalla el conjunto de acciones específicas que se plantearon en la memoria 2022-2023 enfocadas al mantenimiento de las fortalezas reflejadas y la cobertura de las debilidades, detallando los indicadores de resultados para valorar su efectividad así como los responsables de su ejecución.

**Acción: Mantener un número mínimo de reuniones ordinarias de coordinación y de la Comisión Académica del Máster.** Mediante esta acción se pretende mantener como fortaleza el adecuado funcionamiento del sistema de coordinación. Durante el curso 2023-2024 se mantuvo el número de reuniones de coordinación y de la Comisión Académica del Máster. El responsable de su ejecución fue el coordinador académico del programa.

**Acción: campaña de recordatorio sobre la participación en Docencia, dirigida tanto a docentes como a estudiantes.** Se realizó una breve sesión sobre Docencia complementada con el envío de comunicaciones por email dirigidas a los alumnos a fin de que participaran en el proceso. Además, se introdujo un punto en el orden del día de las reuniones ordinarias de coordinación para tratar este aspecto.

**Acción: mantener los cauces de tramitación de quejas.** En la sesión de presentación, se explicaron los cauces habituales para la formulación de quejas, sugerencias y felicitaciones.

**Acción: celebración de una sesión sobre TFM's.** Esta acción se orienta al fomento de los TFM's grupales y en especial el Juego de Empresas, que han tenido una incidencia positiva en distintos indicadores de resultados

del título, así como en las calificaciones y finalización de estudios por parte de los alumnos. La jornada se realizó el 14 de marzo de 2024 siendo responsable de su convocatoria el coordinador del máster y en cuanto a su ejecución el profesorado del título.

**Acción: Mejorar el componente práctico de las materias.** En varias materias se ha incluido la posibilidad de que los alumnos obtengan certificados profesionales para completar su currículum.

**Acción: Implantación por sexto año del juego de simulación de gestión de empresas como alternativa para la realización del TFM.** La implantación del juego de empresas comenzó en el curso 2018-2019. Su aplicación ha permitido reducir la tensión que generan los actuales sistemas de elaboración de TFM para ciertos alumnos. No ha habido incidencias ni en el desarrollo del juego de empresas ni en la presentación ante el tribunal. El 100% de alumnos que eligieron esta modalidad completaron el TFM con éxito.

**Acción: lograr la participación de empresas en las actividades de extensión.** Con el objetivo de reforzar la relación con agentes externos y mantener la fortaleza alcanzada en cuanto a la calidad de las prácticas externas se organizaron las siguientes actividades:

- Conferencia 22/11/2023: “Worten España: de un comercio tradicional a un player digital” a cargo de Fernando Siles, responsable de marketing de Worten España.
- Taller 15/12/2023 sobre e-commerce y marketplaces a cargo de Jesús González Enríquez, CEO de Retail On
- Ponencia 15/01/2024 sobre aspectos relevantes de la publicidad en el comercio electrónico a cargo de Ángel Gasco Ortiz, profesor de Derecho Mercantil (UCM) y gerente de la asesoría jurídica de Santa Lucía Seguros.
- Taller 23/02/2024 sobre marketing digital a cargo de Jorge García Gómez, estratega en Mk Paradise

**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.**

El 14 de mayo de 2024 se recibió el Informe de la Renovación de la Acreditación del título realizado por la Fundación para el Conocimiento Madri+D que forma parte del Sistema Integrado de Calidad y Acreditación de Madrid (SICAM) el informe destaca las siguientes fortalezas y debilidades:

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Criterio 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA: 1. La página web del título es muy completa	Criterio 2. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC) 1. Se recomienda adoptar medidas que permitan incrementar la participación de las encuestas de los grupos de interés, y especialmente, en el caso del PAS, los estudiantes y egresados del título.

A este respecto, se ha continuado con la progresiva actualización de la web del máster con el propósito de mantener la fortaleza reseñada. Recientemente se ha actualizado el folleto del título, los CV's de los profesores de reciente incorporación así como la inclusión del documento actualizado sobre las directrices del TFG/TFM a aplicar en el curso 2024-2025. Respecto a la debilidad, las recomendaciones ya fueron detectadas por el SIGC y se han puesto diversas medidas en marcha para incrementar la participación de los distintos grupos de interés, algunas de estas medidas continúan realizándose y se incluyen en el apartado del plan de acción.

**7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**

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

No procede.

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

Con el objetivo de solicitar la adscripción al campo de estudio del título en mayo de 2024 se remitió a través del Vicedecanato de Estudios y Calidad un formulario de comunicación / solicitud de Modificación No Sustancial con la siguiente descripción:

*En relación con lo establecido en la disposición transitoria quinta del Real Decreto 822/2021 por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad, se solicita la adscripción del Máster Universitario en Comercio Electrónico al ámbito de conocimiento de – Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo. dentro de los relacionados en el Anexo I de dicho Real Decreto.*

*El plan de estudios del Máster Universitario en Comercio Electrónico comprende 60 créditos, 48 de ellos obligatorios. De la misma manera, y siguiendo El R.D. 822/21, en su Art. 17, un total de 6 créditos se dedican al Trabajo Final de Máster y 6 créditos a las prácticas externas.*

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

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

**Fortaleza: excelente funcionamiento de la Comisión Académica del máster y reuniones de coordinación.** Estas reuniones, como se ha podido comprobar en el desglose de temáticas, sugerencias, debates y acuerdos propios de las reuniones celebradas en el curso 2023-2024 (ver apartado 2 de la memoria), generan un importante flujo de información entre los responsables de la docencia en el máster, derivando en un nivel de coordinación y cooperación muy positivo. Como acciones para el mantenimiento de esta fortaleza se propone fijar un mínimo de una reunión ordinaria de coordinación, con la participación de la totalidad de profesores, por curso académico. Del mismo modo, se propone que la Comisión Académica celebre un mínimo de dos reuniones ordinarias por curso.

**Fortaleza: alta tasa de evaluaciones positivas en el Programa de Evaluación Docente y evaluaciones positivas del profesorado.** El 100% de profesores han obtenido valoraciones positivas en el Programa de Evaluación Docente.

**Fortaleza: ausencia de quejas en el Máster Universitario en Comercio Electrónico.** Al igual que en años precedentes, el programa no ha recibido quejas a través de los cauces de comunicación habilitados a tal efecto.

**Fortaleza: Valores muy positivos y sostenidos en el tiempo en las tasas de abandono, eficiencia y graduación,** que superan los niveles planteados por la memoria verificada del título, tal y como puede apreciarse en la exposición realizada en el apartado 5.1 de esta memoria. Se trata de cifras favorables y sostenidas en el tiempo durante los últimos cursos. Las causas de esta fortaleza obedecen a varios factores, entre ellos, la dificultad que encontraban los alumnos para superar el TFM al realizarlo junto a las prácticas de empresas y su ejercicio profesional. A lo largo de los años se puso en marcha la Guía sobre el TFM, el sistema de asignación de tutores y la realización de TFMs grupales realizando un juego de simulación de empresas. Para el mantenimiento de esta fortaleza se ha activado la propuesta de modelo de TFM, recogido en la memoria de verificación, consistente en un juego de empresas grupal a través de un software de simulación centrado en la gestión de un negocio de comercio electrónico con un gran éxito en varias vertientes: alto porcentaje de participación y superación del TFM y alta satisfacción del alumnado por el tipo de actividad y posibilidad de aplicación de los contenidos formativos adquiridos. Por ello se desea mantener esta modalidad del TFM un sexto año para comprobar su calidad en el tiempo.

**Fortaleza: satisfacción del profesorado con el título**

El profesorado valora muy positivamente el título. Se trata de un aspecto que debe fortalecerse para mantenerse en el tiempo.

**Fortaleza: se dispone de un sistema consolidado de recogida de datos de satisfacción para todas las partes interesadas (estudiantes, egresados, PDI, PAS y empleadores)**

El título cuenta con un sistema amplio de recogida de datos de satisfacción de todos los agentes que forman parte del hecho educativo.

**Fortaleza: los alumnos y las entidades colaboradoras muestran un alto nivel de satisfacción con las prácticas externas.** Tal y como se manifestó en el apartado 5.5, y también de manera continuada respecto a cursos anteriores, tanto estudiantes como entidades colaboradoras en las prácticas externas demuestran un alto grado de satisfacción y valoración de la utilidad de las mismas. El interés de las empresas por los alumnos del máster, bien para ser contratados o tenidos en cuenta en procesos de selección, es el mejor indicador del éxito del programa de prácticas externas del Máster en Comercio Electrónico. Para mantener esta fortaleza se propone la implicación de empresas en actividades de extensión.

	FORTALEZAS	Análisis de la fortaleza*	Acciones para el mantenimiento de las fortalezas
Estructura y funcionamiento del SGIC			
Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación	F1. Excelente funcionamiento de la Comisión Académica del máster y reuniones de coordinación	Ver apartado 2	Mantener un mínimo de una reunión ordinaria de coordinación por curso, y de dos reuniones de la Comisión Académica de Máster en función de las necesidades académicas
Personal académico	F2. Alta tasa de evaluaciones positivas en el Programa de Evaluación Docente y evaluaciones positivas del profesorado		Mantener las acciones de difusión de información sobre el programa Docentia
Sistema de quejas y sugerencias	F3. Ausencia de quejas en el Máster Universitario en Comercio Electrónico	Ver apartado 4	Mantener los cauces de tramitación de quejas (verbal o correo electrónico, sistema electrónico a través de la web del máster y/o Facultad, por escrito a través de la Secretaría de Alumnos y directamente a través del Decanato o Vicedecanato correspondiente.
Indicadores de resultados	F4. Valores muy positivos y sostenidos en el tiempo en las tasas de abandono, eficiencia y graduación	Ver apartado 5.1	Fomento de TFMs grupales Mantenimiento del “business game” para el TFM
Satisfacción de los diferentes colectivos	F5. Satisfacción del profesorado con el título F6. Se dispone de un sistema consolidado de recogida de datos de satisfacción para todas las partes interesadas (estudiantes, egresados, PDI, PAS y empleadores)	Ver apartados 5.2 y 5.3	Mantener reuniones ordinarias y mecanismos de comunicación con el claustro de profesores Charlas informativas para ahondar en la importancia de los sistemas de calidad
Inserción laboral			
Programas de movilidad			
Prácticas externas	F7. Los alumnos y las entidades colaboradoras muestran un alto nivel de satisfacción con las prácticas externas	Ver apartado 5.5	Mantenimiento de la participación de empresas en actividades de extensión
Informes de verificación, Seguimiento y Renovación de la Acreditación			

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

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

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

#### **D1. Los estudiantes consideran que el plazo de entrega de calificaciones y la innovación en los contenidos son susceptibles de mejora**

El desajuste entre la estructura por bimestres del máster y los cuatrimestres en grado ha podido suponer un inconveniente a la hora de subir y comunicar las notas por parte de los profesores. Se tomarán medidas para que aumente la puntualidad en la entrega de notas y así mejorar en este punto. Por otra parte, se trabajará de manera transversal en la renovación e innovación en los contenidos de las diferentes asignaturas.

#### **D2. Dificultad para lograr una muestra representativa de alumnos egresados en las encuestas de inserción laboral y de satisfacción a la formación recibida.**

Como acciones de mejora, ya en proceso, el título cuenta con un perfil en la red social LinkedIn, herramienta que permite, desde el perfil oficial del máster, contactar con públicos de interés del programa. Gracias a esta tarea se podrá consolidar el proceso de estudio de trayectorias de inserción de egresados basados en los datos de la plataforma que se realizaron como proyecto piloto en el curso anterior.

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

A continuación, se detalla el conjunto de acciones específicas a desarrollar para el mantenimiento de fortalezas y cobertura de debilidades detectadas a lo largo del curso 2023- 2024 y de aplicación en el curso 2024-2025 y posteriores, detallando los indicadores de resultados que se utilizarán para valorar su efectividad y los responsables de su ejecución.

**Acción: Potenciar la entrega puntual de calificaciones tanto de trabajos como de ejercicios finales.** Conocer las dificultades de los docentes en la entrega de calificaciones: incluyendo un punto como orden del día en las reuniones de coordinación para así entender las problemáticas que hayan podido surgir.

**Acción: potenciar en la innovación de contenidos.** A través del impulso de un proyecto de innovación que agrupe a los profesores del máster y que ayude al intercambio de ideas en la renovación y potenciación de contenidos innovadores.

**Acción: campaña de recordatorio sobre la participación en Docentia, dirigida tanto a docentes como a estudiantes.** Organización de sesión monográfica sobre Docentia dirigida a alumnos. Introducción de un punto en el orden del día de las reuniones ordinarias de coordinación para tratar este aspecto. Realizar recordatorios en la época de apertura de encuestas.

PLAN DE MEJORA	Puntos débiles	Causas	Acciones de mejora	Indicador de resultados	Responsable de su ejecución	Fecha de realización	Realizado/ En proceso/ No realizado
Estructura y funcionamiento del SGIC							
Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación							
Personal Académico							
Sistema de quejas y sugerencias							
Indicadores de resultados							
Satisfacción de los diferentes colectivos	D1. Los estudiantes consideran que el plazo de entrega de calificaciones y la innovación en los contenidos son susceptibles de mejora.  Se recomienda adoptar medidas que permitan incrementar la participación de las encuestas de los grupos de interés, y especialmente, en el caso del PAS, los estudiantes y egresados del título.	Existe cierta discrepancia entre el calendario de Grados y Másteres que contribuye a esta demora.  En muchos casos, las encuestas se realizan en periodos de exámenes o en una época en que la docencia en el máster ya ha finalizado.	En las reuniones de coordinación, inclusión de un punto en el orden del día para ver problemas y dificultades en la subida de notas  Se realizarán sesiones monográficas, se incluirá un punto en el orden del día de las reuniones ordinarias de profesorado y campañas de recordatorio en los periodos de apertura de encuestas.	IUCM-13 Satisfacción de los alumnos con el título	Coordinador y claustro de profesores	Durante el curso 2024-2025	En proceso
Inserción laboral	D2. Dificultad para lograr una muestra representativa de alumnos egresados en las encuestas de inserción laboral y de satisfacción a la formación recibida.	Las encuestas a egresados se realizan 24 meses después de su salida.	Potenciar canales alternativos para el estudio de trayectorias de inserción a través de contactos y envío de cuestionarios a través de LinkedIn	Encuesta del Vdo. de Calidad a egresados en 2023 y recogida 24 meses después de su graduación		Durante el curso 2024-2025	
Programas de movilidad							
Prácticas externas							
Informes de verificación, seguimiento y renovación de la acreditación							