



VICERRECTORADO DE CALIDAD

RUCT	MEMORIA ANUAL DE SEGUIMIENTO
4313955	MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMERCIO ELECTRÓNICO

Universidad/es participantes	Centro
UCM	FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

Créditos	Doble grado/máster	Curso de implantación	Prácticas externas	Programas de movilidad
60		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

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

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 Facultad, 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 2024-2025, 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.

Durante el curso 24/25 se ha llevado a cabo la redacción de un Reglamento de Régimen Interno de la Facultad de Comercio y Turismo, si bien su entrada en vigor está sujeto aún a la finalización de la revisión y tramitación para su aprobación definitiva en Consejo de Gobierno, se ha debatido en Comisión de Calidad las mejoras a introducir. Como punto más relevante, se acordó en reunión de 18/02/2025 de la Comisión de Calidad, proponer el cambio de la composición de la Comisión, integrando como miembros natos a los coordinadores de las titulaciones de grado, máster y doctorado. Ello implicará un mayor reconocimiento de la figura del coordinador/a en la gestión de la calidad del título y una mejora en la representación de la dirección del máster en la Comisión de Calidad lo que refuerza la gestión integral y transparente del programa.

1.3.- Periodicidad de las reuniones y acciones emprendidas.

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
08/10/2024	Informe: Estado de modificación no sustancial de títulos	La solicitud de modificación para la adscripción de los títulos al ámbito de conocimiento correspondiente según el Real Decreto 822/2021 a "Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad y turismo", fue aprobada por la Fundación Madri+d y se estaba volcando la información a la plataforma del RUCT.
	Informe: Informes definitivos de renovación de acreditación	Se realiza un balance de todas las recomendaciones recibidas en los informes de acreditación de todos los títulos y de las acciones de mejora.

	Memorias anuales de seguimiento de títulos de grado y máster oficiales	Se revisan las debilidades y fortalezas de los títulos. Se debaten las acciones de mejora. Se aprueban las memorias de seguimiento.
18/02/2025	Revisión y aprobación de modificaciones en el SIGC	Se ha realizado una propuesta de revisión por parte del Vicerrectorado de Calidad del documento de SIGC, principalmente en el apartado de reclamaciones, que sustituye dicha palabra por sugerencias y quejas para evitar confusión con las reclamaciones de procedimientos administrativos. La Comisión acuerda incorporar también otros cambios: integración de coordinadores de títulos oficiales como miembros con voz y voto. Se acuerda especificar en el documento que el procedimiento de quejas y sugerencias de estudiantes es gestionado por el Vicedecanato con competencias en Estudiantes.
	Estado de acciones de mejora de los títulos	Se realiza una revisión de las acciones de mejora puestas en marcha para las recomendaciones recibidas en los informes de acreditación de los títulos oficiales.
22/07/2025	Informe: acuerdos Junta de Facultad	Se ha aprobado el Reglamento de Régimen Interno de la Facultad de Comercio y Turismo, antes de su entrada en vigor tiene que ser revisado y aprobado en Consejo de Gobierno.
	Informe: próximas modificaciones de memorias de títulos	Se informa que durante 2025/26 se iniciarán modificaciones no sustanciales para la adaptación de las memorias a la normativa TFG/TFM de la UCM.
	Informe: actualización SIGC	Se informa que el documento actualizado del SIGC ya se encuentra publicado en la web del centro.
	Sistema de recogida de información para la realización de actividades	Se elabora y aprueba un Sistema de recogida de información para la realización de actividades de docencia, formación del profesorado, investigación y extensión universitaria. Los objetivos que se pretenden cubrir son: 1) evitar pérdida de información, 2) agilizar su recopilación para la elaboración de memorias y presentación de evidencias, 3) mejorar la visibilizar de las actividades (antes, durante y después de su desarrollo). La recogida de información se realizará mediante formulario habilitado en web.

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 2024-2025 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
06/09/2024	Horarios, fechas clave y estado de la matriculación para el curso 2024-2025 Asignación de aula de prácticas y aula de teoría y peticiones de software Actividades previstas durante el curso	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 del calendario de actividades programadas durante el curso
06/03/2025	Situación del curso Organización del Trabajo Fin de Máster (TFM) Actividades del máster 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 plantea a debate el resultado de la encuesta de satisfacción a estudiantes (mejora en tiempo de entrega de las calificaciones) Se anuncian las fechas y modalidades de TFM (individual y business game) Se informa a los profesores qué debido al recorte presupuestario no contaremos con ayuda el desde el Vicerrectorado de Estudiantes para 2025 Se informa de la apertura del primer plazo de inscripción al programa para el siguiente curso Se recuerda el calendario de exámenes para la convocatoria extraordinaria de junio
09/07/2025	Balance general del curso Aprobación de horarios y calendarios de fechas de exámenes para el curso 2025-2026	Se debate acerca del desempeño de los alumnos/as durante el curso La coordinación presenta el calendario y horarios del curso siguiente

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 23,8% es funcionario y el 76,2% son personal laboral. El 62% del profesorado tiene vinculación permanente con la universidad. Del 76,2% de laborales, un 33,3% son Profesores Asociados, especialistas de reconocida competencia en la materia. Estos imparten docencia relacionada con su actividad profesional. El 61,9% de los profesores cuentan con el título de doctorado. Datos del 01/11/2024

Categoría	Personas	% de Personas	Créditos Impartidos	% de Créditos Impartidos	Sexenios
Asociado	7	33,3%	26,00	37,0%	0
Ayudante Doctor	1	4,8%	6,60	9,4%	1
Catedrático de Escuela Universitaria	2	9,5%	7,50	10,7%	0
Colaborador	1	4,8%	6,00	8,5%	0
Contratado Doctor	6	28,6%	14,50	20,6%	8
Profesor Permanente Laboral	1	4,8%	2,25	3,2%	1
Titular de Universidad	3	14,3%	7,50	10,7%	5

Un 37% 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 % 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 15 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%	95,0%	
IUCM-7 Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente	100%	100%	83,3%	
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 95%, cifra algo inferior a la del curso anterior. La tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente (IUCM-7) ha alcanzado el 83,3%.

El profesorado del máster colabora en proyectos de innovación docente relacionados con el título. Entre ellos, el proyecto *¡Unamos fuerzas! Libro blanco para una tutorización colaborativa de TFGs y TFM entre profesores y estudiantes*. Este proyecto se presentó en la I Jornada de Buenas Prácticas Docentes en la Facultad de Comercio y Turismo celebrada los días 27 y 28 de enero de 2025.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Alto nivel tanto de participación como de 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 quejas 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 2024-2025 se han recibido en la Facultad de Comercio y Turismo un total de 17 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	35
ICM-2 Matrícula de nuevo ingreso	18	31	31	31
ICM-3 Porcentaje de cobertura	51,43%	88,57%	88,57%	88,57%

ICM-4 Tasa de rendimiento del título	98,38%	98,69%	97,67%	96,61%
ICM-5 Tasa de abandono-del título	0%	0%	0%	0%
ICM-7 Tasa de eficiencia de los egresados	99,48%	98,63%	98,01%	100%
ICM-8 Tasa de graduación	Cohorte de entrada 2020-21 100%	Cohorte de entrada 2021-22 83,87%	Cohorte de entrada 2022-23 100%	Cohorte de entrada 2023-24 96,67%
IUCM-1 Tasa de éxito	100%	100%	99,66%	98,72%
IUCM-5 Tasa de demanda del máster	668,57%	668,57%	542,86%	565,71%
IUCM-16 Tasa de evaluación del título	95,29%	98,38%	100%	97,86%

La matrícula de nuevo ingreso (indicador ICM.2) fue de 31 alumnos/as en el curso 2024-2025 (88,57%) de cobertura igualando las tasas del curso 2022-2023 y 2023-2024. La tasa de demanda del máster se mantiene en niveles similares al curso anterior (565, 71%).

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 2024-2025 el 96,61 %.

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 2024-2025 la tasa de graduación ha sido del 96 ,6 7% debido a que quedaron alumnos con una materia pendiente. 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, 2023-2024 y 2024-2025 que ha sido del 98,72%. 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	29	29	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	2	27	0	0
COMPUTACIÓN UBICUA Y NUEVOS MODELOS DE APLICACIÓN WEB	OBLIGATORIA	30	30	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	4	21	4	1
DERECHO DE LA EMPRESA: ASPECTOS FISCALES Y MERCANTILES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO	OBLIGATORIA	30	30	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	9	18	3	0
DERECHO DEL CONSUMO	OBLIGATORIA	29	29	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	1	14	14	0
DISEÑO WEB, TECNOLOGÍAS DE INTERNET Y REDES DE COMUNICACIÓN	OBLIGATORIA	31	31	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	2	9	20	0
ESTRATEGIA RELACIONAL	OBLIGATORIA	29	29	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	14	14	1
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	OBLIGATORIA	29	29	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	0	29	0
LOGÍSTICA Y OPERACIONES	OBLIGATORIA	31	31	0	77,42%	77,42%	0,00%	77,42%	0	7	2	21	1	0
PLAN DE MARKETING DIGITAL	OBLIGATORIA	30	30	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	1	25	4	0
PLAN DE NEGOCIO I: MARCO GENERAL	OBLIGATORIA	31	31	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	23	8	0	0
PLAN DE NEGOCIO II: PROYECCIONES	OBLIGATORIA	31	31	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	10	19	2	0
PLAN ESTRATÉGICO	OBLIGATORIA	30	30	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	10	16	4	0
PLATAFORMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO	OBLIGATORIA	30	30	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	4	24	2	0
POSICIONAMIENTO Y SEGURIDAD EN LA WEB	OBLIGATORIA	29	29	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	14	15	0
PRÁCTICAS EN EMPRESAS	PRACTICAS EXTERNAS	20	20	0	80,00%	100,00%	20,00%	80,00%	4	0	0	5	11	0
SOFTWARE CORPORATIVO	OBLIGATORIA	30	30	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	5	25	0
TRABAJO FIN DE MÁSTER	PROYECTO FIN DE CARRERA	21	21	0	90,48%	100,00%	9,52%	90,48%	2	0	1	8	10	0
TRANSFORMACIÓN EMPRESARIAL	OBLIGATORIA	29	29	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	3	15	11	0

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

- En todas las asignaturas (excepto prácticas de empresas, TFM y Logística y Operaciones) el porcentaje de aprobados sobre matriculados es del 100%. Datos que se actualizarán a finales del mes de septiembre con el cierre de actas.
- Diversa gradación en la calificación de las asignaturas, lo que implica un criterio de independencia en la evaluación de las asignaturas y confirma el alto rendimiento del alumnado.
- En el TFM, el porcentaje de aprobados es del 86,67%. Un 90,48% de los matriculados por primera vez han superado la asignatura. Un 9,52% de alumnos no se han presentado.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F4 Valores muy positivos y sostenidos en el tiempo en las tasas de abandono, eficiencia, éxito 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 técnico, de gestión y 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). Las tres son encuestas diseñadas por el Vicerrectorado de Calidad y que siguen una estructura común a todos los títulos de la UCM. Las encuestas de estudiantes, profesorado y PTGAS se realizan online desde la Unidad de Encuestas de la UCM, las encuestas de agentes externos se distribuyen desde los centros.

	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	6,6
IUCM-14 Satisfacción del profesorado con el título	8,5	9,6	9,6	9
IUCM-15 Satisfacción del PAS del Centro	6,3	8,8	7	7

Estudiantes

Según las encuestas de satisfacción de los alumnos con el título (IUCM-13) la satisfacción global con la titulación ha sido de 6,6 puntos sobre 10 en el curso 2024-2025. Se trata de la quinta vez desde el curso 2019-

2020 que se supera la suficiencia con una ligera bajada frente al curso pasado. En el curso 2024-2025 la participación ha sido del 29% frente al 15,2% del curso 2023-2024 y el 8,3% del curso 2022-2023, lo que muestra un crecimiento de la participación en los últimos tres cursos.

i. En el apartado de desarrollo académico, los alumnos valoran positivamente el número de alumnos por aula (8,4), el nivel de dificultad adecuado (7,7) y los objetivos claros (7,6). Existe margen de mejora en el tiempo de entrega de calificaciones (5,6) y en la percepción de la relación calidad-precio (5,8).

ii. Con respecto a las asignaturas, tareas y materiales, consideran que los objetivos propuestos han sido alcanzados (7,1) valorando también con notable la utilidad del trabajo no presencial (7). Consideran que debe mejorar la coordinación, organización de contenidos y solapamientos (5,3) y el componente práctico (5,9).

iii. Valoran bien la capacidad del programa para mejorar su inserción en el mundo laboral (7,8) así como las competencias adquiridas con la titulación (7,2) y el proceso de matriculación (7). Consideran mejorable la utilidad de las tutorías presenciales (6,4) y el acceso al mundo de la investigación que da el programa (6,5).

iv. Valoran positivamente el prestigio de la UCM (8) y muestran satisfacción orgullo por pertenecer a la institución (media=7,2).

v. Manifiestan que repetirían estudios superiores (7,9) y titulación aunque su percepción sobre repetir en la institución, baja hasta el 6,3. Preguntados sobre si recomendarían la UCM, la media baja a 7 puntos.

Profesorado

Durante el curso 2024-2025, cuatro profesores del claustro participaron en las encuestas de satisfacción. La satisfacción media ha sido de 9 puntos sobre 10 para este colectivo, manteniendo los datos obtenidos en cursos precedentes. El profesorado valora muy positivamente la formación académica impartida, la coordinación de la titulación y la importancia de los estudios en la sociedad (9,5 puntos).

Con respecto a la satisfacción con los alumnos, los profesores consideran mejorable tanto el nivel de trabajo (5,3) como el aprovechamiento de las tutorías (4,8). En general, están satisfechos con los resultados (7,8) aunque con una valoración menor que en cursos anteriores. Igualmente, consideran que los alumnos han adquirido de manera notable las competencias del plan de estudios.

La mayoría de profesores recomiendan la titulación y les gustaría repetir docencia en la misma (8,8). Preguntados sobre si repetirían como PDI en la UCM, la puntuación baja al 6,3.

Con respecto a la gestión de la titulación, consideran válida la información ofrecida, organización de los horarios así como los procedimientos administrativos (9 puntos). Podría mejorar el apoyo técnico y logístico (7,8 puntos).

Personal de Administración y Servicios

La participación del PAS en esta encuesta ha sido del 15,6% del total. La satisfacción media global es de 7 puntos sobre 10.

Agente externo

Los resultados de la encuesta a los agentes externos tienen una satisfacción global con el trabajo realizado en la Comisión de Calidad y su participación en la toma de decisiones que afectan a la evolución de la titulación de notable (8), otorgando una valoración sobresaliente (9) a la metodología de trabajo de la Comisión y al desarrollo y evolución del título.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F5 Satisfacción del profesorado con el título	<p>D1. Los estudiantes consideran que el plazo de entrega de calificaciones así como la coordinación, organización de contenidos y solapamientos son mejorables.</p> <p>D2. Los estudiantes han bajado su percepción sobre la calidad-precio del programa</p>

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 2023 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=4). La participación, aunque sigue siendo mejorable, se ha incrementado ligeramente alcanzando un 12,5%, frente al 11,1% del curso anterior.

Afirman que la media en encontrar empleo ha sido de 4,5 meses. Sin embargo, los encuestados no consideran su empleo adecuado a la capacitación obtenida (3), dado que afirman estar desempeñando trabajos poco relacionados con su titulación (3,25). A pesar de la percepción de cierta sobrecualificación, valoran positivamente las condiciones materiales y humanas del empleo (9) y, con similar puntuación, indican su satisfacción con el trabajo actual (media=8,75 puntos).

La Encuesta de Satisfacción de Egresados ha tenido un porcentaje de participación del 16,1% ya que han participado 5 alumnos de una población N de 31. Los alumnos encuestados muestran una alta satisfacción con la titulación (8 puntos sobre 10). Los encuestados destacan como fortalezas del título el número de alumnos por aula (8,3), la correcta integración de teoría y práctica (8), así como el nivel de dificultad y la relación calidad-precio (ambas dimensiones con una valoración de 7,6 puntos). Consideran mejorable la entrega de calificaciones en tiempo adecuado (5,6). Consideran que el máster capacita en competencias relacionadas (8,2) y es una buena vía de acceso al mundo laboral (7,6). En cuanto a las asignaturas, valoran positivamente los materiales ofrecidos (7,8), el trabajo no presencial (7,4) y los objetivos (7,2). Siendo mejorable la organización de las mismas (4,8).

	1º curso de seguimiento o curso autoinforme acreditación	2º curso de seguimiento o 1º curso de acreditación	3º curso de seguimiento o 2º curso de acreditación	4º curso de seguimiento o 3º curso de acreditación
IUCM-29 Tasa de satisfacción egresados con la formación recibida	8	9	6,7	8
IUCM-30 Tasa de inserción laboral egresados	66,70%	80%	100%	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)	D3. 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 2024-2025 un total de 19 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 42,11% se considera totalmente satisfecho, el 26,32% muy satisfecho y el 31,58% bastante satisfecho. Más del 85% de los alumnos valora por encima de 4 sobre 5 que, en las prácticas, ha podido aplicar los conocimientos adquiridos en el máster (el 36,84% con 4 puntos y el 52,63% 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 90% 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=20). 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 75% 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 40% la posibilidad de contratar al estudiante una vez finalizado el periodo de prácticas. En caso de no contratación, el 90% tendría en cuenta su candidatura para futuros procesos de selección. El 95% 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.

No procede

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

El Vicerrectorado de Calidad de la Universidad Complutense, en el informe de la Memoria de Seguimiento del curso 2023-2024, indicó una serie de recomendaciones que han sido atendidas de la siguiente manera:

ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO

3. Se recomienda indicar los Proyectos de Innovación Docente vinculados al título.

Se han incluido en el apartado correspondiente las actividades de innovación y mejora docente en las que han participado profesorado del título.

5.2. Se recomienda introducir la metodología utilizada para recabar los datos así como la inclusión de los resultados de la evaluación del agente externo.

Para el análisis de la satisfacción de los colectivos implicados en el título se incluyen los datos de satisfacción de los alumnos con el título (Indicador IUCM-13), satisfacción del profesorado con el título (IUCM-14) y satisfacción del PAS con el centro (IUCM-15). Se calculan los indicadores cuantitativos establecidos en el Sistema de Garantía Interno de Calidad y que permiten analizar el cumplimiento o no de los objetivos formativos y resultados de aprendizaje. Se describe la metodología y se indica el índice de participación. Se realizó una valoración comentada de los resultados. Se han incluido los resultados de la encuesta de agente externo.

6.4 Se ha realizado el plan de mejora planteado 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 2023-2024 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: Potenciar la entrega puntual de calificaciones tanto de trabajos como de ejercicios finales. Durante el curso 2024/25 se incluyó de manera sistemática en el orden del día de las reuniones de coordinación un punto específico para abordar los problemas y dificultades en la subida de notas, lo que permitió detectar incidencias y proponer soluciones en plazos más ajustados. Asimismo, se llevaron a cabo sesiones monográficas para reforzar la importancia de la entrega puntual y se realizaron recordatorios en los periodos de apertura de encuestas con el fin de sensibilizar al profesorado sobre este aspecto. Estas medidas han permitido un seguimiento más cercano y han contribuido a una ligera mejora en la satisfacción del alumnado respecto al cumplimiento de plazos.

Acción: Potenciar canales alternativos para el estudio de trayectorias de inserción a través de contactos y envío de cuestionarios a través de LinkedIn: Durante el curso 2024/25 se reforzó el uso del perfil oficial del máster en LinkedIn como vía de contacto con los egresados, consolidando la estrategia iniciada en cursos anteriores. A través de esta red se establecieron comunicaciones directas con antiguos alumnos y se enviaron cuestionarios que han permitido ampliar la información disponible sobre sus trayectorias profesionales. Esta medida ha contribuido a complementar los datos recogidos por las encuestas institucionales y ha facilitado un análisis más representativo de la inserción laboral de los titulados.

Acción: campaña de recordatorio sobre la participación en Docentia, dirigida tanto a docentes como a estudiantes. La cuestión se abordó en las reuniones ordinarias de coordinación. Igualmente, se realizó un breve encuentro con alumnos para hablar de la importancia de los sistemas de gestión de la calidad y la necesidad de obtener sus respuestas para conocer las debilidades y fortalezas del título.

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.

En el informe de renovación de acreditación del título, se recibió la siguiente recomendación:

- Criterio 3. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC). 1.- *Se recomienda adoptar medidas que permitan incrementar la participación en las encuestas de los grupos de interés, y especialmente en el caso del PAS, los estudiantes y egresados del título.*

Respecto a la debilidad, las recomendaciones ya fueron detectadas por el SIGC y, junto con el centro, 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 (campañas de comunicación como 'Dale la Vuelta', envío de correos electrónicos, cartelería en la Facultad, difusión en redes sociales, etc. Fruto de estas medidas, se está consiguiendo incrementar progresivamente la

participación de los colectivos teniendo como referencia el año de acreditación 2021/22: de 17,4% a 29% en el caso de estudiantes, de 8,8% a 15,6% en el caso del PTGAS y de 5% a 16,1% en el caso de egresados.

FORTALEZAS	DEBILIDADES

7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

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

No se ha realizado ningún procedimiento de modificación ordinario

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

No procede

8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.

A continuación, se recogen las principales fortalezas del título, detectadas a partir de los indicadores de resultado y 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 1: 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 2024-2025 (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 positiva. 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 2: Alto nivel tanto de participación como de evaluaciones positivas del profesorado

La tasa de participación es del 95% y la tasa de evaluaciones positivas es del 100%. El objetivo es mantener esta tendencia, conminando a los profesores a que participen en el programa Docencia.

Fortaleza 3: Ausencia de quejas en el Máster Universitario en Comercio Electrónico

Al igual que en años anteriores, el programa no ha recibido quejas a través de los cauces de comunicación habilitados a tal efecto.

Fortaleza 4: Valores muy positivos y sostenidos en el tiempo en las tasas de abandono, eficiencia, éxito y graduación. Estos valores superan ampliamente los niveles inicialmente planteados por la memoria verificada del título, tal y como puede apreciarse en la exposición realizada en el punto 5.1 de esta memoria. Se trata de cifras favorables y sostenidas en el tiempo. 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.

Fortaleza 5: Satisfacción del profesorado con el título, El profesorado valora positivamente el título con 9 puntos sobre 10. Se trata de un aspecto con valoraciones positivas sostenidas en el tiempo.

Fortaleza 6: 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 7: Los alumnos y las entidades colaboradoras muestran interés un alto nivel de satisfacción con las prácticas externas

Tal y como se recoge en el apartado 5.5, los resultados de satisfacción de estudiantes, tutores de empresa y tutores académicos muestran, al igual que en cursos precedentes, un elevado grado de valoración positiva de las prácticas externas. Los alumnos destacan la utilidad de esta experiencia para la aplicación de los conocimientos adquiridos en el máster y las entidades colaboradoras valoran tanto la preparación académica como las competencias profesionales del estudiantado. El interés manifestado por las empresas en incorporar a los alumnos en sus procesos de selección o en contratarlos directamente constituye un indicador del éxito y pertinencia del programa de prácticas externas del Máster Universitario en Comercio Electrónico. Como acción de mantenimiento de esta fortaleza, se plantea seguir promoviendo la implicación activa de las empresas colaboradoras en actividades de extensión universitaria y en la dinamización de la red de contactos profesionales del título.

	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	Ver apartado 3	Mantener las acciones de difusión de información sobre el programa Docencia
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, éxito y graduación	Ver apartado 5	Fomento de TFM's 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 apartado 6	Mantener reuniones ordinarias y mecanismos de comunicación con el claustro de profesores Realización de 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	Mantenimiento de la participación de empresas en las actividades de extensión y dinamización de la red de contactos profesionales del título
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 así como la coordinación, organización de contenidos y solapamientos son mejorables.

El desajuste entre la estructura por bimestres del máster y los cuatrimestres en grado ha supuesto un inconveniente a la hora de subir y comunicar las notas por parte de los profesores. El curso pasado se planteó en las reuniones del curso pero es necesario volver a insistir y así mejorar en este punto. Por otra parte, se trabajará de manera transversal en la coordinación de contenidos para evitar solapamientos.

D2. Los estudiantes han bajado su percepción sobre la calidad-precio del programa

Las encuestas de satisfacción de los estudiantes muestran una bajada en la valoración del ítem “relación calidad-precio” (5,8 puntos en el curso 2024/2025 frente a valores superiores en años previos. Esta circunstancia se interpreta en el marco de un entorno de creciente competencia en la formación digital, caracterizado por la proliferación de programas online de corta duración, no oficiales, con costes reducidos y fuerte visibilidad en el mercado. Aunque el máster mantiene un alto nivel académico, tasas de éxito superiores y plena inserción laboral, creemos que la percepción de valor por parte del alumnado se ve condicionada por la comparación directa con ofertas privadas y las expectativas de los estudiantes sobre la disponibilidad de recursos prácticos y acceso a herramientas profesionales.

D3. 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 y complementarias a las acciones del Vicerrectorado de Calidad, 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 en el programa. Gracias a esta tarea se podrá consolidar el proceso de análisis de trayectorias de inserción de egresados basados en los datos de la plataforma que se realizaron como proyecto piloto en cursos anteriores.

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 2024-2025 y de aplicación en el curso 2025-2026 y posteriores, detallando los indicadores de resultados que se utilizarán para valorar su efectividad y los responsables de su ejecución.

PLAN DE MEJORA	Puntos débiles	Causas	Acciones de mejora	Indicador de resultados	Responsable de su ejecución	Fecha de realización	Realizado/ En proceso/ No realizado
Satisfacción de los diferentes colectivos	Los estudiantes consideran que el plazo de entrega de calificaciones así como la coordinación, organización de contenidos y solapamientos son mejorables.	Desajuste entre la estructura bimestral del máster y la cuatrimestral del grado; coordinación transversal mejorable en algunos contenidos.	Reforzar en las reuniones de coordinación la necesidad de subir calificaciones en plazos más ajustados. Reforzar la coordinación transversal de contenidos en el periodo de elaboración de las guías docentes	Encuesta de satisfacción de estudiantes (ítems de calificaciones y coordinación).	Coordinación del máster y Comisión Académica	Curso 2025/2026	En proceso
	Descenso en la percepción calidad-precio del programa	Comparación con programas privados más baratos; expectativas altas sobre recursos prácticos y acceso a herramientas digitales	Incrementar talleres prácticos y acceso a certificaciones Difundir indicadores de empleabilidad y testimonios de egresados Potenciar la visibilidad de los beneficios de un título oficial UCM Potenciar los convenios con empresas	Encuesta de satisfacción de estudiantes (ítem relación calidad-precio)	Coordinación del Máster y Comisión Académica con apoyo del delegado de empleabilidad y emprendimiento	Curso 2025/2026	No realizado
Inserción laboral	Dificultad para obtener muestra representativa de egresados en encuestas de inserción laboral	Baja tasa de respuesta en encuestas institucionales; dispersión de egresados.	Consolidar el uso del perfil oficial de LinkedIn del máster para contactar y hacer seguimiento de egresados Potenciar el análisis de trayectorias profesionales mediante esta web (continuando el piloto)	Tasa de respuesta en encuestas de inserción laboral y satisfacción de egresados. Informe de análisis de trayectorias profesionales	Coordinación del Máster y Vicedecanato de Estudios y Calidad	Curso 2025/2026	En proceso