



**UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
DE MADRID**

**Máster Universitario en Investigación de Dirección de
Empresas, Marketing y Contabilidad**
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Campus de Somosaguas
28223 - MADRID

ACTA COMISIÓN CALIDAD N° 11

Se convoca reunión para el jueves, día 14 de diciembre de 2017 a las 11:30 horas, en la Sala de Tesis de la Facultad, Pabellón Central, con el siguiente Orden del Día:

1. Aprobación, si procede, del Acta de la reunión anterior.
2. Modificación del Reglamento de funcionamiento.
3. Propuesta, y aprobación, si procede de cambio del representante externo.
4. Informe del Coordinador.
5. Ruegos y Preguntas.

Asisten:

Emilio Álvarez Suescun, Begoña García Greciano, Sonia Martín López y Jesús Pérez González.
Excusan su asistencia Sonia Carcelén García y David Pascual Ezama.

Punto 1.- Aprobación, si procede, del Acta de la reunión anterior.

Se aprueba el acta por unanimidad.

Punto 2.- Modificación del Reglamento de funcionamiento.

Además de la corrección de una serie de errores tipográficos en el texto, el Coordinador del Máster sugiere la siguiente modificación en el Reglamento de funcionamiento: ampliación del número de agentes externos a un máximo de dos, abriendo la posibilidad a que éstos pudieran ser profesionales de reconocido prestigio que tengan alguna relación con la investigación en dirección de empresas, marketing y contabilidad. El objetivo de esta medida sería ampliar el capital social del Máster y

aprovechar la experiencia y conocimiento de personas que, sin trabajar en el ámbito académico, están o han estado relacionados con el ámbito de la investigación en las tres áreas de conocimiento.

Después de una discusión entre los miembros de la Comisión de Calidad, se aprueban por unanimidad las modificaciones del Reglamento de funcionamiento. Se adjunta a este Acta el texto final del Reglamento.

Punto 3.- Propuesta, y aprobación, si procede de cambio del representante externo.

Se presentan dos candidatos para sustituir a D. Manuel Gimeno García como miembros externos de la Comisión de Calidad del Máster, D^a Teresa Solano Sánchez y D. Eduardo García Gérboles.

D^a Teresa Solano Sánchez ha sido Directora de Sistemas en distintos ámbitos del Grupo Telefónica desde 1998 a 2008. En la actualizada es socia directora y fundadora de la empresa Solvere Projects, que colabora con empresas como Indra, CEPSA y ASISA. Entre 2008 y 2010 cursó el Programa de Doctorado en Dirección de Empresas, en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid y en 2011 obtuvo el Diploma de Estudios Avanzados en dicho programa.

D. Eduardo García Gérboles es Director de Transformación Digital de Procesos en Sanitas desde 2013. Anteriormente, ha desempeñado diferentes puestos directivos en grandes corporaciones como Gamesa, Indra o Soluziona. En 2007, obtuvo el Diploma de Estudios Avanzados en el Programa de Doctorado en Dirección de Empresas, en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid.

Los miembros de la Comisión de Calidad del Máster consideran que los dos candidatos reúnen los requisitos adecuados para formar parte de la misma como miembros externos y deciden aprobar por unanimidad ambas propuestas.

Punto 4.- Informe del Coordinador.

El Coordinador del Máster comienza su intervención agradeciendo al anterior Coordinador, D. Antonio Rodríguez Duarte, la labor realizada durante los últimos cinco años en la puesta en marcha y consolidación del Máster y su colaboración en el período de transición.

El Coordinador comenta que, después de este período inicial, ha llegado el momento de dar un paso adelante más y perseguir dos ambiciosos objetivos: (1) convertir al Máster en un referente en la formación en investigación en dirección de empresas, marketing y contabilidad, tanto en España como

en toda la comunidad universitaria hispanohablante, y (2) conseguir que sea una fuente fundamental de doctorandos capacitados para hacer tesis doctorales de calidad que contribuyan a mejorar el nivel de investigación en estas áreas y, por ende, de nuestra Facultad. Con esta finalidad, es fundamental elaborar un plan estratégico para su implantación a lo largo de los cursos 2018-19 a 2022-23. El Coordinador informa que el diseño del plan estratégico va más lento de lo inicialmente planificado porque los primeros meses en el puesto han sido algo más complicados de lo esperado.

El Coordinador informa que, aunque el Informe Provisional a la renovación de la acreditación del Máster elaborado por la Fundación Madri+d ha sido positivo, la Comisión Permanente del Máster, en coordinación con la Vicedecana de Calidad de la Facultad, ha presentado una serie de alegaciones para su consideración por el Comité evaluador (ver documento adjunto). Entre ellas, destacan las incoherencias entre las afirmaciones realizadas en los distintos apartados del Informe respecto a la existencia de encuestas, la justificación de la no publicación de las guías docentes en las asignaturas optativas del itinerario de Contabilidad por no ofrecerse ese itinerario en el último curso evaluado y la escasa valoración dada al SGIC del Máster a pesar de que parte de la motivación hace referencia a cuestiones relativas al SGIC de la Facultad. La Vicedecana de Calidad apunta que en los informes de renovación de la acreditación de otros Másters de la Facultad también se ha valorado de forma excesivamente rigurosa los SGIC e informa que el Equipo Decanal está trabajando en el desarrollo de un sistema de encuestas oficiales a nivel de la Facultad para paliar algunas de estas debilidades. Se abre un debate sobre el contenido y estructura de esas encuestas.

El Coordinador informa de una serie de problemas que han surgido los primeros meses del curso. En primer lugar, se han producido varias bajas de alumnos una vez empezado el curso, algunos errores en la matriculación y doce cambios no autorizados por el Coordinador en la matrícula hacia el itinerario de marketing, lo que, de no revertirse, supondría que los itinerarios de dirección de empresas y contabilidad el curso que viene no podrían ser ofertados y que el área de marketing difícilmente podría hacerse cargo de la tutorización de los TFMs de tanto alumno. En segundo lugar, se ha detectado que varios alumnos de nacionalidad china tienen un nivel muy bajo de español, lo que les impide participar activamente en clase, aunque gracias a la colaboración de sus compañeros pueden ir realizando las tareas y tener apuntes traducidos. Algunos profesores han expresado cierto malestar por esta situación. Finalmente, se detectaron errores en las guías docentes de las asignaturas, obligatorias y optativas, en cuanto a la distribución de créditos presenciales y no presenciales y el porcentaje de cada criterio de evaluación, ya que no se ajustaban a lo que el Verifica recoge.

Ante estas situaciones, se informa que la Comisión Permanente ha adoptado las siguientes decisiones. Primero, se ha hablado con la delegada de los alumnos y los profesores para explicarles la situación

excepcional que se ha presentado con el cambio de las matrículas y las medidas que se iban a adoptar. Segundo, se ha explicado a los alumnos implicados que habían sido admitidos a un itinerario concreto del Máster, por lo que no podían cambiarse de itinerario sin un motivo significativo (de hecho, ha habido un par de cambios que se han aceptado, atendiendo a la justificación ofrecida por los alumnos), y las consecuencias que este cambio podría generar, urgiéndoles para que voluntariamente reviertan la situación. Tercero, se ha procedido a solicitar a los coordinadores de las distintas asignaturas que, bajo la orientación del Coordinador del Máster, revisen las guías docentes y hagan los cambios oportunos, de acuerdo a los criterios fijados en el Verifica. Cuarto, para la selección de los alumnos no hispanohablantes del próximo curso, además de solicitar los correspondientes diplomas de idioma oficiales, se van a realizar entrevistas personales para comprobar que ese nivel de español es el adecuado para un correcto aprovechamiento del curso.

Finalmente, el Coordinador informa que con la primera parte de los fondos que la Universidad ha asignado al Máster se ha contratado a una persona con conocimientos de marketing digital, María García, para que ayude en la puesta en marcha de las cuentas en redes sociales del Máster, especialmente, Facebook y Twitter. Las redes sociales se quieren utilizar como una forma de mejorar el contacto con los alumnos y un medio de proyección de cara al exterior, lo que debería mejorar la satisfacción de los alumnos y la reputación del Máster, cuya consecuencia última debería ser la atracción de alumnos más cualificados. Junto con esta medida, se va también a realizar un mailing a las principales asociaciones científicas nacionales y latinoamericanas de nuestros campos de conocimiento dando a conocer el Máster.

Asimismo, mientras se organiza un sistema oficial de encuestas para evaluar la calidad de la docencia a nivel de la Facultad, dentro del Máster se van a realizar de forma sistemática encuestas a los alumnos sobre cada asignatura y profesor y también a los profesores sobre su satisfacción, siguiendo con las recomendaciones del Tribunal evaluador de la renovación de la acreditación.

Tras el informe del Coordinador, se abrió un turno de palabra. La Decana expresa la necesidad de tomar decisiones respecto a la matriculación en el Máster, en especial, con respecto a los itinerarios. Propone analizar la posibilidad de hacer un Modifica eliminando la optatividad del Máster o, al menos, reduciendo su peso (a 24 ECTS) o buscar clases conjuntas con el Máster de Economía. El Coordinador defiende su firme convencimiento de que la existencia de un Máster de investigación es un claro activo para la Facultad, en general, y para el programa de Doctorado en empresa, en particular, porque ofrece una formación a los futuros doctorandos que actualmente no se ofrece. Además, plantea que, antes de adoptar decisiones más drásticas, que implicarían arduas negociaciones entre las distintas áreas de conocimiento del Máster, sería bueno comprobar que no es un problema de falta de estrategia clara de

difusión informativa y captación. Sugiere esperar a junio, cuando haya acabado el segundo plazo de matrícula para ver si las medidas que se van a adoptar (redes sociales, mailing, etc.) han cumplido su objetivo. Si llegado ese momento persiste el problema en el número de matriculaciones y calidad del alumnado, habrá que adoptar

Punto 5.- Ruegos y preguntas.

El Coordinador pregunta por la posibilidad de que, con el objetivo de aumentar la asistencia a la Comisión de Calidad, sería posible que con más antelación él consultara con los miembros de la misma las fechas en las que tendrían disponibilidad y trasladara esas fechas a la Decana, para que las pudiera tener en cuenta. La Vicedecana de Calidad responde que es difícil cuadrar con mucha antelación la agenda de la Decana, aunque, en la medida de lo posible, se intentará convocar con más antelación.

Sin más asuntos que tratar, se levanta la sesión a las 12:40 horas, de lo que en mi calidad de Secretario dejo constancia por escrito mediante mi firma y el visto bueno de la Presidenta de la Comisión de Calidad,

EL SECRETARIO
DE LA COMISIÓN

Vº Bº LA PRESIDENTA
DE LA COMISIÓN

Fdo.: Emilio Álvarez Suescun

Fdo.: Begoña García Greciano