



VICERRECTORADO DE CALIDAD

<b>RUCT</b>	<b>MEMORIA ANUAL DE SEGUIMIENTO</b>
4313373	MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

<b>Universidad/es participantes</b>	<b>Centro</b>
UCM	FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

<b>Créditos</b>	<b>Doble grado/máster</b>	<b>Primer curso de implantación</b>	<b>Prácticas externas</b>	<b>Programas de movilidad</b>
60	no	2012-13	no	no

<b>ÚLTIMA EVALUACIÓN DE LA AGENCIA EXTERNA</b>			
Verifica	Modificación Verifica	Seguimiento externo	Acreditación
			2020-2021

## Contenido

INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO.....	3
ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO DE GRADO/MÁSTER.....	3
1. ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO .....	3
1.1.- Relación nominal de los responsables del SGIC y colectivo al que representan.....	3
1.2.- Normas de funcionamiento y sistema de toma de decisiones.....	4
1.3.- Periodicidad de las reuniones y acciones emprendidas.....	5
2. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS MECANISMOS DE COORDINACIÓN DEL TÍTULO.....	8
3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO .....	10
4. ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS .....	13
5. INDICADORES DE RESULTADO.....	13
5.1 Indicadores académicos y análisis de los mismos.....	13
ICMRA-2. Resultados en las Asignaturas.....	15
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).....	17
5.3 Análisis de los resultados de la inserción laboral de los egresados y de su satisfacción con la formación recibida.....	24
5.4 Análisis de la calidad de los programas de movilidad.....	25
5.5 Análisis de la calidad de las prácticas externas.....	26
6. TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN.....	26
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 del Título, realizado por la Agencia externa.....	26
6.2 Se han realizado las acciones necesarias para corregir las Advertencias y las Recomendaciones establecidas en el último Informe de Seguimiento del Título realizado por la Agencia externa.....	26
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.....	26
6.4 Se ha realizado el plan de mejora planteada en la última Memoria de Seguimiento a lo largo del curso a evaluar.....	26
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.....	26
7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS .....	26
7.1 Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación del Procedimiento de modificación ordinario.....	26
7.2 Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación del Procedimiento de modificación abreviado.....	26
8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL TÍTULO Y ACCIONES DE MEJORA.....	26
9. RELACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES DEL TÍTULO Y PROPUESTAS DE MEJORA.....	26

## INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO

URL: <https://www.ucm.es/masterorganizaciones>

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

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

Se han puesto en marcha los procedimientos del sistema de garantía de calidad previstos en el punto 9 de la memoria presentada a verificación y concretamente respecto a la estructura y funcionamiento del sistema de garantía de calidad del Título.

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

La Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información es el organismo con la máxima responsabilidad con respecto a la calidad del Máster Universitario en Comunicación Social. Los miembros de dicha Comisión son los que figuran en la página: <https://ccinformacion.ucm.es/comision-de-calidad>.

Para el curso objeto de seguimiento, la Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información tuvo la siguiente composición:

Apellidos, Nombre	Cargo/Representación
CLEMENTE MEDIAVILLA, Jorge	Decano
COUSIDO GONZÁLEZ, Pilar	Secretaria Académica
RUBIO MORAGA, Ángel Luis	Vicedecano de Calidad e Innovación Docente
SEMOVA, Dimitrina J.	Vicedecana de Política Científica, Doctorado y Títulos Propios
DELTELL ESCOLAR, Luis	Coordinador del Grado en Comunicación Audiovisual
GARCIA GUARDIA, María Luisa	Coordinadora del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
PADILLA CASTILLO, Graciela	Coordinadora del Grado en Periodismo
RODRÍGUEZ TRANCHE, Rafael	Coordinador del Doctorado en Comunicación Audiovisual, Publicidad y RRPP
ALADRO VICO, Eva	Coordinadora del Doctorado en Periodismo
FOUCE RODRÍGUEZ, Héctor	Coordinador del Máster en Análisis Sociocultural del Conocimiento y de la Comunicación
FALCÓN DÍAZ-AGUADO, Laia	Coordinadora del Máster en Comunicación Audiovisual para la Era Digital
CANEL CRESPO, María José	Coordinadora del Máster en Comunicación de las Organizaciones
VEGA RODRÍGUEZ, Pilar	Coordinadora del Máster en Escritura Creativa
VINUESA TEJERO, M <sup>a</sup> Lourdes	Coordinadora del Máster en Estudios Avanzados en Comunicación Política
EDO BOLOS, Concepción	Coordinadora del Máster en Investigación en Periodismo: Discurso y Comunicación
CORREDOIRA ALFONSO, Loreto	Coordinadora del Máster en Patrimonio Audiovisual. Historia, Recuperación y Gestión
BERNETE GARCÍA, Francisco	Coordinador del Máster en Comunicación Social
SALGADO SANTAMARÍA, Carmen	Coordinadora del Máster en Periodismo Multimedia Profesional
SANZ SÁNCHEZ, Marina	Gerente y Representante del Personal de Administración y Servicios
JIMÉNEZ CARABALLO, Dayana	Representante de Alumnos de Postgrado
RUBIAL VILLAMARÍN, Rubén	Representante de Alumnos de Grado
HUMANES HUMANES, M <sup>a</sup> Luisa	Agente Externo (Universidad Rey Juan Carlos)

Por su parte, para el curso objeto de seguimiento, la Comisión de Estudios de la Facultad de Ciencias de la Información tuvo la siguiente composición:

Apellidos, Nombre	Cargo/Representación
CLEMENTE MEDIAVILLA, Jorge	Decano
COUSIDO GONZÁLEZ, Pilar	Secretaría Académica
RODRÍGUEZ RAMALLE, M <sup>a</sup> Teresa	Vicedecana de Estudios
RUBIO MORAGA, Ángel Luis	Vicedecano de Calidad e Innovación Docente
SEMOVA, Dimitrina J.	Vicedecana de Política Científica, Doctorado y Títulos Propios
DELTELL ESCOLAR, Luis	Coordinador del Grado en Comunicación Audiovisual
GARCIA GUARDIA, María Luisa	Coordinadora del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
PADILLA CASTILLO, Graciela	Coordinadora del Grado en Periodismo
RODRÍGUEZ TRANCHE, Rafael	Coordinador del Doctorado en Comunicación Audiovisual, Publicidad y RRPP
ALADRO VICO, Eva	Coordinadora del Doctorado en Periodismo
FOUCE RODRÍGUEZ, Héctor	Coordinador del Máster en Análisis Sociocultural del Conocimiento y de la Comunicación
FALCÓN DÍAZ-AGUADO, Laia	Coordinadora del Máster en Comunicación Audiovisual para la Era Digital
CANEL CRESPO, María José	Coordinadora del Máster en Comunicación de las Organizaciones
VEGA RODRÍGUEZ, Pilar	Coordinadora del Máster en Escritura Creativa
VINUESA TEJERO, María Lourdes	Coordinador del Máster en Estudios Avanzados en Comunicación Política
EDO BOLOS, Concepción	Coordinadora del Máster en Investigación en Periodismo: Discurso y Comunicación
CORREDOIRA ALFONSO, Loreto	Coordinadora del Máster en Patrimonio Audiovisual. Historia, Recuperación y Gestión
BERNETE GARCÍA, Francisco	Coordinador del Máster en Comunicación Social
SALGADO SANTAMARÍA, Carmen	Coordinadora del Máster en Periodismo Multimedia Profesional
CUESTA CAMBRA, Ubaldo	Director del Departamento de Teorías y Análisis de la Comunicación
GARCÍA TOJAR, Luis	Director de la Sección Departamental de Sociología Aplicada
NÚÑEZ GÓMEZ, Patricia	Directora del Departamento de Ciencias de la Comunicación Aplicada
PEINADO Y MIGUEL, Fernando	Director del Departamento de Periodismo y Comunicación Global
RUBIO GARCÍA, Dolores	Directora de la Sección Departamental de Relaciones Internacionales e Historia Global
QUIRÓS FERNÁNDEZ, Fernando	Director del Departamento de Periodismo y Nuevos Medios
SERRANO MAÍLLO, Isabel	Directora de la Sección Departamental de Derecho Constitucional
SANZ SÁNCHEZ, Marina	Gerente y Representante del Personal de Administración y Servicios
PORTAS BREDA, Pedro Miguel	Representante de Alumnos de Postgrado
COBOS CUESTA, Paula	Representante de Alumnos del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
CORNAGO, Eduardo	Representante de Alumnos del Grado en Periodismo
PARRA GONZÁLEZ, Alba	Representante de Alumnos del Grado en Comunicación Audiovisual

La composición de la Comisión Académica de Mást.CO se puede consultar en:

<https://www.ucm.es/masterorganizaciones/comision-del-master-en-comunicacion-de-las-organizaciones>

### **1.2.- Normas de funcionamiento y sistema de toma de decisiones.**

El reglamento de la Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información se puede consultar en:

[https://ccinformacion.ucm.es/data/cont/media/www/pag-3854/Reglamento%20Comisi%C3%B3n%20de%20calidad%20\(30.10.2014\)%20ULTIMO.pdf](https://ccinformacion.ucm.es/data/cont/media/www/pag-3854/Reglamento%20Comisi%C3%B3n%20de%20calidad%20(30.10.2014)%20ULTIMO.pdf)

El reglamento de la Comisión Académica de Mást.CO se puede consultar en:

<https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-64064/Reglamento.pdf>

Desde el principio, Mást.CO contó con una Comisión Académica con la siguiente FORTALEZA: **altamente implicada en la marcha del programa:** a) La Comisión Académica tiene una buena representación de personal docente, que participa en la toma de decisiones; b) Hay una buena distribución de responsabilidades y cada persona responde adecuadamente; c) Es una Comisión que fácilmente se incentiva con metas y líneas de mejora; d) Hay una frecuente comunicación de la coordinación con la comisión a través de reuniones presenciales y de mucha comunicación informal (telefónica o por correo electrónico) a propósito de los despachos sobre los diferentes cometidos.

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

La Comisión de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Información se reúne a lo largo del curso académico con la periodicidad que determina su Reglamento el cual también especifica el procedimiento de toma de las decisiones, así como sus efectos y consecuencias. En todo caso, suelen realizarse tres reuniones anuales, sin perjuicio de que pueda convocarse con carácter extraordinario si las circunstancias lo requiriesen. Las decisiones de la Comisión se adoptan por mayoría simple. En caso de empate el/la presidenta dispone de voto de calidad. Las medidas adoptadas se comunican a los implicados para realizar los cambios y mejoras oportunas y a la Junta de Facultad para su conocimiento y, en su caso, para su ratificación, si es necesaria.

La Comisión de Calidad se reunió, a lo largo del curso académico 2020-2021, en cinco ocasiones, superando con creces el margen que queda reflejado en el Reglamento, el cual también especifica el procedimiento de toma de las decisiones, así como los efectos y consecuencias que se deben tomar en estas. Además, ya en el curso 2019-2020 se habían realizado cinco reuniones. Lo cual muestra una de sus grandes fortalezas, disponibilidad y reunión continuas.

Las decisiones de la Comisión de Calidad se adoptaron por mayoría simple. En caso de empate, el presidente disponía de voto de calidad. Las medidas adoptadas se comunicaron a los implicados en las mismas, así como a la Junta de Facultad de Ciencias de la Información para su ratificación, cuando esta era necesaria.

En la siguiente tabla, se señalan: la fecha de la reunión, los temas tratados y un breve resumen de los principales temas analizados y acuerdos adoptados:

### **Reuniones Comisión de Calidad**

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
10/12/20	Docencia bimodal	Se plantean diversos problemas sobre la enseñanza bimodal obligatoria por motivos sanitarios tras la pandemia de la COVID-19.
	Memorias de seguimiento de titulaciones oficiales, curso 2019-20	Aprobación de las memorias de seguimiento presentadas, entre ellas la del Máster en Comunicación Social
	Resultados de las encuestas de satisfacción con las titulaciones oficiales	Es necesario fortalecer los índices de participación en las encuestas de satisfacción con las titulaciones oficiales, aunque los resultados son positivos y se ha mejorado la participación respecto a cursos anteriores. Ha disminuido la participación en Docencia, pero los resultados obtenidos son muy buenos.

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
	Tendencia por parte de los estudiantes a asistir a las clases online Desmotivación y tristeza por parte de los estudiantes	Se acuerda comentar estos asuntos en el equipo decanal. Se ponen de manifiesto las dificultades para todo el colectivo en época de pandemia.
22/02/21	Informes de autoevaluación para acreditación de títulos oficiales	Se aprueban los informes de autoevaluación. Se informa que el Máster en Comunicación Social ha obtenido un informe de Renovación de la Acreditación muy positivo.
	Plan de Formación para el profesorado de la Facultad	Se ha acordado preparar un plan formativo para la docencia virtual del profesorado.
22/01/21	Reglamento de Quejas y Reclamaciones	Se plantea la necesidad de modificar el Reglamento de Quejas y Reclamaciones. Se sugiere la participación también de los alumnos en este proceso. Los representantes de alumnos presentes en esta reunión aceptan dicha participación.
	Dificultades en la cumplimentación de las encuestas de satisfacción por parte del PAS	Las valoraciones realizadas por el PAS en las encuestas de satisfacción no las realizan en base a las titulaciones sino a su puesto de trabajo. Se decide que se estudiará con Gerencia cómo abordar este asunto, comentándolo con el Rector y el Gerente General.
	Dificultades en el seguimiento de alumnos egresados	Se pone de manifiesto la dificultad para localizar a los estudiantes egresados. Se valoran como buenas prácticas las encuestas propias de satisfacción de alumnos que realizan los másteres.
11/03/21	Informe y Aprobación del Plan de Mejora del Máster en Investigación en Periodismo: Discurso y Comunicación	Aprobación de las propuestas de cambios de dicho Máster.
07/04/21	Informes de autoevaluación programas de Doctorado de la Facultad de CC. Información	Información del vicedecano acerca de esta primera renovación de los programas de Doctorado. Aprobación de los Informes de Autoevaluación.
03/06/21	Información sobre la Acreditación AUDIT de la Facultad de Ciencias de la Información	Se informa sobre el inicio del proceso de acreditación AUDIT. Apoyo a esta iniciativa por parte de los asistentes.
	Información sobre los procesos de renovación de las acreditaciones	Se ponen de manifiesto las dificultades existentes para conseguir una alta representatividad de todos los sectores universitarios en las encuestas de satisfacción con las titulaciones, pese a la gran importancia que se concede a dichas encuestas en los procesos de acreditación de los másteres. Se recomienda cuidar la información de las páginas web, actualización de las guías docentes y el seguimiento de los egresados y el conocimiento de los intereses por parte del profesorado para medir su satisfacción. Se pone de manifiesto la gran carga de trabajo administrativo para los coordinadores de máster. Se pide pensar formas de solventar problemas técnicos o transversales. Se pone de manifiesto que la información sobre egresados "se busca sin recursos y asistemáticamente" Se pone de manifiesto la necesidad de estandarizar contenido, tener la información al día y gestionarla de forma dinámica, siendo necesario contar con la ayuda de la Oficina de Apoyo a la Docencia.
	Reglamento de Quejas y Sugerencias de la Facultad	Se anticipa que ya está elaborado el citado Reglamento y se llevará a la siguiente Comisión de Calidad para que entre en vigor en el curso 2021-22.
15/09/21	Reglamento de Quejas, Sugerencias y Reclamaciones de la Facultad de CC. de la Información	Aprobación del Reglamento de Quejas, Sugerencias y Reclamaciones de la Facultad de CC. de la Información.

## Reuniones Comisión de Estudios

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
22/01/21	Plazas de nuevo ingreso para el curso 2021-22 en Grado y Máster	Se aprueba reducir el número de estudiantes de nuevo ingreso (Primer curso) en los tres grados a 50 alumnos en cada grupo. Se aprueba reducir el número de estudiantes de nuevo ingreso en el Máster en Comunicación Social a 40, con el ánimo de mejorar la calidad de la titulación.
	Información sobre el desarrollo de la docencia en el primer cuatrimestre del curso 2020-21	Se informa sobre el desarrollo de la docencia en situación de pandemia y de cómo se solventaron los problemas surgidos. Se informa de las adaptaciones tecnológicas y sanitarias realizadas y en proceso de instalación en aulas y laboratorios. Se insiste en ofrecer a los estudiantes la mayor cantidad de información y material docente para que pueda mantener la docencia incluso en caso de enfermedad o de confinamiento.
	Ruegos y preguntas	Cambios de fechas de exámenes en el Máster de Estudios Avanzados en Comunicación Política debido al temporal Filomena. Modalidades de exámenes en adecuación a la situación de pandemia.
04/03/21	Información sobre el Major en Communication Studies en el título con junto de estudios europeos de UNAEUROPA	Se informa de la participación de la Facultad en el Doctorado conjunto en Patrimonio en UNAEUROPA y del Grado de Estudios Europeos, en el que participará la UCM. Se ha elaborado una guía docente que ha entrado en proceso de acreditación europea.
	Cambios no sustanciales en asignaturas de másteres	Se aprueban cambios menores en el Máster en Comunicación Política (cambio de denominación de una asignatura, desactivación de una asignatura y activación de dos).
	Reducción de plazas en el Máster en Investigación en Periodismo: Discurso y comunicación	Se aprueba la reducción de 90 a 60 plazas en dicho Máster.
	Calendario académico curso 2021-22	Se aprueba el calendario académico propuesto.
23/06/21	Planificación de TFG para el curso 2021-22	Se plantea un sistema más práctico para la planificación de TFG en cursos venideros. Se informa del descenso en el número de TFG para el curso 2021-22. Se encuentra publicado el calendario.
	Proyecto UNAEUROPA	Se informa del avance en el desarrollo del Grado de Estudios Europeos. Se prevé que la Facultad de CC. Información comience a impartir las materias en el curso 2023-24.
	Indicaciones sobre docencia para el curso académico 2021-22	La Facultad de CC. De la Información seguirá el marco estratégico aprobado en Consejo de Gobierno UCM el 11 de junio. La docencia será 100% presencial.
	Distribución de horas docentes entre másteres oficiales	Se plantea la necesidad de unificar criterios entre los créditos reconocidos a los estudiantes y a los docentes en los estudios de máster. Se aborda el escaso reconocimientos de prácticas.
14/9/21	Guías Docentes de las Titulaciones Oficiales de la Facultad para el Curso 2020 - 2021 con motivo de Ja modificación derivada de la pandemia.	Se prueban las Guías Docentes.

La Comisión de Calidad y la Comisión de Estudios de la Facultad de Ciencias de la Información funcionan de manera complementaria; en ellas se someten a estudio y consideración todos los asuntos de interés y relevancia para el buen funcionamiento de las titulaciones que en dicha Facultad se imparten. La pluralidad de los miembros de ambas comisiones permite la presencia de todos los agentes que forman parte de la comunidad educativa, la escucha atenta a sus necesidades y el trabajo coordinado.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Reuniones frecuentes (cinco en un curso docente), con volumen de trabajo importante pero bien repartido y distribuido como se indica en las actas de las reuniones.</p> <p>Se ha realizado tareas importantes como el nuevo Reglamento de Quejas, Sugerencias y Reclamaciones de la Facultad de Ciencias de la Información.</p> <p>Se ha realizado en tiempo y forma todos los Informes de Autoevaluación para renovar la acreditación de los títulos oficiales y los Informes de Renovación de la Acreditación de los Másteres de la Facultad</p>	<p>Dificultad para mantener el sistema bimodal de enseñanza online y semipresencial obligado por las autoridades sanitarias durante la pandemia causada por la COVID-19.</p>

En el curso 2020-2021 la **Comisión Académica de Mást.CO** realizó las siguientes sesiones:

Fecha	Temas tratados	Problemas analizados, acciones de mejora, acuerdos adoptados
<b>21/12/2020</b>	<p>Marcha del curso 20-21 primer cuatrimestre Proceso TFM</p> <p>Preparación de proceso Acredita</p>	<p>Se evalúa el programa de Sesiones Profesionales del primer cuatrimestre y se aprueba el del segundo</p> <p>Se asignan tutores TFM</p> <p>Se acuerda gestiones para implicar a organizaciones en prácticas</p> <p>Se repasa el estado del proceso de auto informe para la renovación de Acredita.</p>
<b>15/02/2021</b>	<p>Revisión del autoinforme para la renovación de la Acreditación</p>	<p>Se revisa el auto informe, se identifican fortalezas, debilidades, y se acuerdan acciones de mejora (ver apartado final de este informe)</p>

En conjunto se puede decir que **el programa tiene una orientación continuada hacia la mejora**. Se celebran reuniones frecuentes con profesores, alumnos y entidades colaboradoras para recopilar información y reflexionar compartidamente sobre la evolución del máster; cada informe de seguimiento o de renovación de la acreditación se realiza con los profesores y alumnos, y a todos se comunican los resultados; se ha desarrollado una cultura de reflexión, identificación de causas y determinación de medidas de mejora. Además, el 15 de febrero de 2021 se llevó a cabo una revisión del autoinforme para el proceso Acredita en la que se extrajeron una serie de acciones de mejora, que están expuestas al final de este informe.

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

El Máster en Comunicación de Organizaciones se imparte íntegramente en la Facultad de Ciencias de la Información y es interdepartamental (Departamentos de Teoría y Análisis de la Comunicación y de Comunicación Aplicada).

Los mecanismos de coordinación horizontal y vertical los lleva a cabo la coordinación del máster con la Comisión Académica y por la Comisión de Calidad (SIGC) de la Facultad de CC. de la Información, de cuya composición, arriba indicada, también se informa en la web del máster (<https://www.ucm.es/masterorganizaciones/calidad>)

La **Comisión Académica del Máster de Comunicación de las Organizaciones (Mást.CO)** se ha reunido dos veces en el curso 2020-2021 para realizar seguimiento de: selección e inscripción de alumnos, coordinación de contenidos, evolución de la web, proceso de los Trabajos Fin de Máster, actividades extraacadémicas, sesiones profesionales, plan de comunicación y promoción del título, experiencia piloto “Plan de Aprendizaje”, y proceso de Acredita del título (análisis del autoinforme y decisión del plan de mejora). Fruto de las reuniones la coordinadora del Máster ha mantenido reuniones con alumnos y con profesores, y se han comunicado además por escrito con los profesores del máster (ver información en la tabla que abajo se adjunta).

**Otros mecanismos de coordinación que se emplean son:**

COMUNICACIÓN CON PROFESORES:

- ✓ CORRESPONDENCIA CON LOS PROFESORES (vía email): la coordinadora, en representación de la Comisión Académica, envía una media de 5 mensajes a los profesores para transmitir acuerdos de la Comisión Académica, objetivos, pedir *feedback* sobre alumnos y gestión docente, responder a sugerencias, dar indicaciones prácticas al inicio de curso, transmitir orientaciones sobre la tutela TFM, pedir actualización de guía docente y CV, comunicar resultados (premios, informes de seguimiento, etc.), solicitar cumplimentar cuestionarios de evaluación, dar seguimiento a los planes de mejora.
- ✓ REUNIONES CON PROFESORES: se han celebrado muchas reuniones/conversaciones de la coordinadora con cada profesor. Además, el 15 de febrero de 2021 se celebró una reunión con profesores para evaluar el autoinforme para la renovación de la Acreditación.
- ✓ COORDINACIÓN DE LA ASIGNATURA: siguiendo una acción de mejora de Acredita 2016, se ha aplicado la pauta de que en ninguna asignatura participen más de dos profesores. Esto ha mejorado la coordinación y consistencia de los programas y criterios de evaluación de las asignaturas.

COMUNICACIÓN CON ESTUDIANTES:

- ✓ Un representante de estudiantes participa en la COMISIÓN ACADÉMICA. Para cada reunión, la coordinadora solicita a los representantes que recopilen información de los estudiantes para poder dar representación de estos ante la comisión.
- ✓ Reuniones: La coordinadora del máster ha mantenido reuniones regulares con el representante de los estudiantes, así como comunicación frecuente por teléfono y mail. Semanalmente además pregunta a los alumnos en el aula por posibles incidencias o necesidades sobrevenidas.
- ✓ A comienzo de curso los profesores PRESENTAN SUS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN a los alumnos con el fin de identificar convergencias entre procesos de aprendizaje de los alumnos y desarrollo de la actividad investigadora de los profesores.
- ✓ La coordinadora participa en la COMISIÓN DE CALIDAD DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN, en la que, además de la información oral, se ha enviado información escrita sobre la situación del máster.

La Comisión Académica de Mást.CO considera que la periodicidad de las reuniones y el modelo de seguimiento de la calidad del programa ha sido la ajustada para poder identificar a tiempo las acciones a emprender. Se considera que estos mecanismos están permitiendo lograr los objetivos docentes: identificar solapamientos de materias, ajustar el nivel de exigencia a las características propias de los alumnos, corregir errores de información en la web, homologar entre profesores los criterios de evaluación del TFM, redistribuir mejor a lo largo del año la carga que supone la realización del TFM, etc.

### 3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO

#### ICMRA-1b: Estructura del Personal Académico que imparte docencia en el Centro

Categoría	Personas	Créditos Impartidos	Sexenios
Asociado	84	1.268,30	0
Asociado Interino	12	207,45	0
Ayudante Doctor	35	661,04	0
Catedrático de Universidad	26	347,65	97
Contratado Doctor	54	960,03	49
Contratado Doctor Interino	10	179,30	5
Emérito	4	5,70	16
Titular de Universidad	78	1.252,79	126
Titular de Universidad Interino	1	16,51	1
Visitante	1	21,00	0

#### ICMRA-1c: Estructura del Personal Académico del Título

Categoría	Personas	% de Personas	Créditos Impartidos	% de Créditos Impartidos	Sexenios
Asociado	4	16,7%	19,00	11,7%	0
Asociado Interino	3	12,5%	30,80	19,0%	0
Ayudante Doctor	2	8,3%	5,40	3,3%	0
Catedrático de Universidad	3	12,5%	31,00	19,1%	12
Contratado Doctor	6	25,0%	36,40	22,5%	6
Contratado Doctor Interino	1	4,2%	6,60	4,1%	1
Titular de Universidad	5	20,8%	32,80	20,2%	9

#### Fortalezas:

La estructura del profesorado de Mást.CO está compuesta por un total de 24 personas (ver la composición en la tabla anterior). A lo largo del curso fue necesario incorporar además a tres profesores tutores para llevar varios TFM (profesores que no están contabilizados en los datos proporcionados oficialmente).

Por los datos que se exponen se puede decir que es un profesorado de calidad: un 13% son catedráticos, y casi un 21% titulares.

El personal académico del Máster en Comunicación de las Organizaciones cuenta con un profesorado cuya estructura:

- a) es más sólida y se ajusta mejor al desarrollo profesional de la comunicación de organizaciones que lo que está previsto en la Memoria de Verificación (32 profesores - frente a los 24 previstos-, 28 doctores), 1.4 ratio alumno/profesor;
- b) Ha mejorado desde la Acreditación 2016 por cuanto ha incrementado su número (32 frente a los 28 en 2016), ha incentivado la dirección de TFM (con un sistema de reconocimiento de créditos), ha incorporado nuevos y más tutores TFM (hay un total de 35), y contratado a algunos asociados cuya especialización profesional refuerza la actualización del programa a las necesidades de la industria;
- c) La experiencia profesional, docente e investigadora, así como de gestión universitaria es sobradamente adecuada al nivel académico, a la naturaleza y competencias definidas para el título, así como su asignación a los diferentes niveles formativos;
- d) Las líneas de investigación están relacionadas con la docencia e investigación del máster (ver CV publicados en la web de Mást.CO).

Destaca la adecuación de sus profesores a las necesidades de las materias: todos poseen autoridad académica en lo que imparten, y el equipo de profesorado compone una buena combinación de investigación científica y profesional. Tienen publicación científica en revistas de prestigio nacionales e internacionales; participan activamente en asociaciones científicas nacionales e internacionales; forman parte de comités editoriales de revistas de prestigio; gozan de extensa experiencia docente en el campo del máster; y, por último, en su mayoría, cuentan también con experiencia de investigación aplicada profesional, y algunos ocupan o han ocupado puestos relevantes en este campo.

Además, y con el fin de poder atender bien la dirección de TFM, se ha acudido para tal tarea a algunos profesores de la Facultad. Es decir: han dirigido TFM un total de 35 profesores, de manera que se pudiera cumplir la medida de mejora establecida en el Plan de Mejora de que ningún profesor dirigiera más de 3 TFM. Rectorado ha aplicado un SISTEMA DE RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS POR LA DIRECCIÓN DE TFM que ha incentivado la realización de ese trabajo, y facilitado la captación de personal para poder dirigir bien las investigaciones de los alumnos.

La EXPERIENCIA PROFESIONAL, docente e investigadora del personal académico es adecuada al nivel académico y a la naturaleza y competencias definidas para el título.

El profesorado goza de una DILATADA TRAYECTORIA DOCENTE, INVESTIGADORA Y, EN LA MAYORÍA DE LOS CASOS, TAMBIÉN PROFESIONAL, relacionada con los diferentes contenidos que se abordan en este máster.

INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA: 35 sexenios; participan en grupos de investigación y en proyectos competitivos subvencionados; autores de PUBLICACIONES EN REVISTAS CIENTÍFICAS NACIONALES E INTERNACIONALES del sector, tanto en revistas indexadas del ISI (*Journal of Communication, European Journal of Communication, Public Relations Review, Journal of Political Communication, International Journal of Press and Politics, Interaction: Studies in Communication and Culture*, entre otras) como en las revistas de los primeros cuartiles de InRecs revistas de Latindex [EOS17.4.3 Relación de publicaciones relevantes del profesorado de Mást.CO]. Son directores HABITUALES DE TESIS DOCTORALES (varias han obtenido Premio Extraordinario de Doctorado).

Participan activamente en ASOCIACIONES NACIONALES E INTERNACIONALES más importantes del ámbito de la Comunicación de Organizaciones (tales como *International Advertising Association IAA, International Communication Association ICA, European Group of Public Administration EGPA, ECREA, EUPRERA, AE-IC*, (secciones: *Advertising, Public Relations, Corporate Communication y Political Communication*), Asociación Española de *Planners* Estratégicos, APG.

Goza de PROYECCIÓN INTERNACIONAL: han realizado estancias de investigación en universidades extranjeras de reconocido prestigio internacional como School of Media & Communication, Pan-African University (Lagos), Southern California de los Ángeles, Universidad Javeriana de Cali, Instituto Tecnológico de Monterrey (México), Universidades de Harvard, Illinois, Urbana Champaign, Nueva York, Jyväskylä (Finlandia), Columbia, Bentley, Shanghai International Studies University, Berkeley, California en Santa Cruz, Purdue de Indiana, Universidad Jorge Tadeo Lozano (Bogotá), Universidad do Estado do Rio de Janeiro, Fashion Institute of Technology NY, George Washington University.

Tiene y sigue desarrollando EXPERIENCIA PROFESIONAL EN EL ÁMBITO PROFESIONAL PROPIO DE MÁST.CO: proyectos multimedia para empresas como Iberia, Renfe, BBVA, Peugeot, Construcciones Aeronáuticas, Pabellón de España EXPO92, Sony Pictures TV; investigaciones publicitarias en proyectos culturales y educativos multimedia para Telefónica, Fundación Caja Madrid, Vitaldent, Ministerio de Medio Ambiente; proyectos publicitarios para agencias de relevancia como BBDO, Leo Burnett, Delvico Red Cell y la agencia de Citroën; asesoramiento en creatividad y planificación estratégica con clientes como Acciona, Aldeas Infantiles, Ron Barceló, Orlando Heinz, Calvo, El Ventero, Unilever, Panrico, La Bella Easo, Schweppes, Johnnie Walker;

elaboración de modelos para la optimización de la comunicación de la marca, productos y servicios para Optimedia, Pepsico, Diageo, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Ifema, Renfe; comisariado científico de varias exposiciones (Musée d'Art et d'Histoire de Ginebra, Biblioteca Municipal de Logroño, Obra Social y Cultural de Caja Segovia, Biblioteca Nacional de España); Asesoramiento de comunicación digital para Mediaset España, NH Hoteles, Banco Popular, Heineken, Optimedia, Orange, Alfa Romeo, Unicaja; proyectos de asesoramiento estratégico para instituciones públicas como Plan de integración de personas discapacitadas en la Administración Central ("Proyecto Integra"), Comité de Expertos y asesor del Ministerio del Interior de la República Dominicana (Dirección General de Migración); desarrollo de habilidades de comunicación para Kutxa, Daimler Group/Mercedes, Kellogg's, Grupo Avance, Hewlett Packard, Alcatel, Comparex, CSIC, Cáritas, Fundación Atenea, Fundación Luis Vives, ASPACE, Gobierno de Navarra; concepción del Museo Interactivo del Libro de la Biblioteca Nacional, diseño interactivo y dirección de diversos CD-ROM como del Museo Thyssen-Bornemisza, del Museo del Prado; consultoría estratégica de comunicación para ISSA, Imaginarium, Lladró, Panrico, Iberia, Indra, Acciona, Cruz Roja, Comunidad de Madrid, gobierno de Colombia, Vodafone, Coca-Cola, BBVA, ING, McDonald's, Iberdrola, Mahou y El Corte Inglés.

Han llevado a cabo PUESTOS RELEVANTES DE GESTIÓN ACADÉMICA: Vicedecana de la Facultad de Ciencias de la Información; directores y secretarios de Departamento de Teoría y Análisis de la Comunicación y de Comunicación Aplicada; Vicerrector de la UCM; Rector de la Universidad SEK en Segovia; Directora de la Licenciatura de Comunicación Audiovisual en el Centro de Estudios Superiores Felipe II de la UCM. Forman parte de CONSEJOS EDITORIALES DE REVISTAS CIENTÍFICAS especializadas: *Communication Theory, Journal of Communication, International Encyclopedia of Communication, Communication Studies*; Comité editorial de la Colección de Comunicación del *Fondo de Cultura Económica*; director del *Anuario de Comunicación Empresarial y Gestión de intangibles en España y Latinoamérica; Pensar la Publicidad; Mediaciones Sociales, Perspectivas de la Comunicación, Ruta Comunicación, Commons. Revista de comunicación y Ciudadanía Digital, Área Abierta y Gestión y Política Pública.*

Ocupan o han ocupado PUESTOS IMPORTANTES DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y PROFESIONAL en la Comunicación de las Organizaciones, de entidades del sector público y privado tales como Sra Rushmore, DDB, Abbott, Merco, Telemadrid, Ayuntamiento de Alcalá de Henares, Tuenti, Llorente y Cuenca, Reclamador SL, Burson-Marsteller, Asociación de la Televisión Educativa Iberoamericana, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España.

Han recibido GALARDONES importantes en el área de conocimiento y sector ámbito profesional: Premio Möbius Multimedia Barcelona; Premio ADECEC a la mejor campaña de Relaciones Institucionales 2007; Premio EFI de Oro a la campaña de RRPP más eficaz 2005; Premio Álvaro Pérez-Ugena a la divulgación científica en comunicación, por el artículo más citado de la revista *Zer*; *Premio Victory Awards a una de las 12 mujeres más influyentes en Comunicación Política (Washington, DC).*

Aunque no procede, pues se trata de un título presencial, hay que indicar que con motivo de COVID19, una buena parte de los profesores recibieron FORMACIÓN EN LA UTILIZACIÓN DE RECURSOS ONLINE para la docencia.

Además, una media de 20 profesionales del sector –no profesorado de plantilla- participa en el *Programa de Sesiones Profesionales*. Imparten habilidades específicas de aplicación de la investigación (presentación de casos, identificación de necesidades del sector, etc.). Se trata de un total de 20 profesionales, del nivel de Director/a general, CEO, Dircom, Director/a de área, de las siguientes entidades: consultoras de investigación (Ketchum, Estudio de comunicación, Endeavor Spain, Canvas Estrategias sostenibles, Trustmaker); centros/institutos de investigación (Análisis e Investigación, DeskMind, Centro de Investigaciones Sociológicas-CIS, Instituto de investigación ASM); Biblioteca Ciencias de la Información Universidad Complutense de Madrid;

empresas de investigación (InfoAdex, Análisis & Investigación); agencias de publicidad (Ogilvy, Tapsa J&R, Optimedia, Equmedia); Marcas (Acciona, ONCE, Unicef, RACE, Teatro Real, AEMET, Trust Maker); Asociaciones profesionales (Asociación de Directivos de la Comunicación, Dircom, Insights de Tapsa/Y&R), y otro tipo de entidades (Change.org, Hospital 12 de octubre, Comisión Europea).

En definitiva, el profesorado reúne sobradamente las condiciones necesarias para poder lograr los objetivos de Mást.CO, y desarrollar investigación tanto académica como profesional en el ámbito de la Comunicación de las Organizaciones.

*Debilidad:* En cuanto a la participación del profesorado en el programa Docentia, no se ha podido analizar el avance respecto al año anterior porque en el momento de entregar este informe no se han recibido los datos de rectorado.

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

La Facultad tiene la intención de proseguir con la mejora del sistema de quejas, sugerencias y reclamaciones (reglamento, formularios, etc.), circunstancia que se ve favorecida por la reciente implantación por parte de la UCM de un sistema común de buzón electrónico en la Web. <https://ccinformacion.ucm.es/sistema-de-quejas,-sugerencias-y-reclamaciones>

El Máster Universitario en Comunicación de las Organizaciones dispone de un sistema para recepción de quejas y reclamaciones a través de la página web, en el que además del formulario, el alumno dispone de toda la información necesaria al respecto (<https://www.ucm.es/masterorganizaciones/reclamaciones>). Además, mediante reuniones periódicas (mensuales) de la coordinadora del máster con los representantes de los alumnos (los alumnos tienen un grupo en redes sociales a través del cual recogen comentarios, sugerencias, etc.), así como a través de la participación de estos en la Comisión Académica de Mást.CO, se compartieron comentarios y valoraciones sobre la evolución del programa (ver contenidos de las reuniones de la Comisión Académica y de los mecanismos de coordinación arriba indicados).

Durante la edición 2020-2021 se recibieron varias reclamaciones relacionadas con la no admisión en el programa, que se resolvieron siguiendo el procedimiento establecido. Se considera que los mecanismos establecidos son los adecuados para obtener el *feedback* de los alumnos.

#### 5. INDICADORES DE RESULTADO

##### 5.1 Indicadores académicos y análisis de los mismos

*ICM- Indicadores de la Comunidad de Madrid *IUCM- Indicadores de la Universidad Complutense de Madrid	1º curso de seguimiento ó curso auto-informe acreditación 19-20	2º curso de seguimiento ó 1º curso acreditación 20-21
ICM-1: Plazas de nuevo ingreso ofertadas	50	50
ICM-2: Matrícula de nuevo ingreso	49	28
ICM-3: Porcentaje de cobertura	98%	56%
ICM-4: Tasa de rendimiento del título	95,92%	93,15%
ICM-5: Tasa de abandono		10,20%
ICM-7: Tasa de eficiencia de los egresados	97,67%	94,02%
ICM-8: Tasa de graduación		90%
IUCM-1: Tasa de éxito	99,58%	98,55
IUCM-5: Tasa de demanda del máster	642%	189,33%
IUCM-16: Tasa de evaluación del título	96'33%	94,52%

## Análisis de los Resultados Académicos.

- 1- La **demand** del Máster Universitario en Comunicación de las Organizaciones **sufrió un efecto importante con motivo de la pandemia**. Ha pasado de tener una tasa de demanda del 642% (curso 19-20) a tener una tasa de demanda de 189'33%. Se puede atribuir este bajón a la pandemia por las siguientes razones. En el curso 20-21 apenas hubo demanda de países de fuera, que es una importante fuente de demanda. Varias personas de otros países solicitaron plaza, pero solo una obtuvo finalmente los visados y permisos acordes con la situación COVID19. Se decidió no bajar los estándares de calidad para completar las plazas. Para el curso 21-22 se han vuelto a recuperar las cifras habituales y hay en el curso 21-22 50 matriculados, es decir, se han cubierto totalmente las plazas). Esto permite afirmar que, a pesar del bache producido entre el curso 19-20 y el 20-21, se ha recuperado totalmente, por lo que Mást.CO **sigue estando entre las más altas** de las titulaciones que se ofertan en la Facultad de Ciencias de la Información y que se seguirá con **una tendencia claramente positiva**.
- 2- Las **CAUSAS de esta FORTALEZA** pueden estar en:
  - a. Mást.CO ha ganado experiencia en la administración de las convocatorias;
  - b. se aplicó hace tres años la mejora de reducir la oferta de plazas (de 80 a 50) para poder atender más personalmente a cada alumno, y hace dos la de impartir las asignaturas obligatorias en dos grupos (de manera que no hay más de 25 alumnos por aula), lo que se ha traducido en índices más elevados de satisfacción;
  - c. se ha realizado un importante esfuerzo por consolidar la participación de organizaciones, empresas y entidades de los distintos sectores en el desarrollo del máster, y esto se ha hecho visible en la información que se proporciona en la web (ver portada en <https://www.ucm.es/masterorganizaciones/>). Esta estrecha relación que hay entre academia y profesión en el programa se ha hecho visible a potenciales alumnos (sabemos que es uno de los ganchos de la demanda);
  - d. se ha mejorado la información sobre el CV de los profesores, nos consta que éste ha sido otro de los ganchos principales para la elevada demanda;
  - e. Mást.CO ha conseguido **consolidar la especialización** en investigación científica y profesional y con ello competir bien entre las ofertas docentes que se hacen en el ámbito de la comunicación de organizaciones;
  - f. Mást.CO **ha obtenido 7 Premios a la Excelencia en la Investigación** otorgados por ATIC y por la AIRP por la realización de TFM (ver portada en <https://www.ucm.es/masterorganizaciones>). Estos premios se extienden a lo largo de la vida de Mást.CO (2014, 2015, 2018, 2019, 2020, 2021), por lo que se puede considerar que el programa mantiene una excelencia premiable y premiada. Sabemos que esto añade valor al programa para quienes visitan la página web.
  - g. por último, se han introducido mejoras por parte de rectorado que han facilitado el proceso de admisión, corrigiéndose así uno de los defectos identificados en la Memoria de la Acreditación de 2016.
- 3- Esta elevada demanda ha permitido **seleccionar a un alumnado de calidad**. Se ha mejorado la información recogida sobre los candidatos; se da prioridad a los candidatos especializados en Comunicación; con apoyo en la información proporcionada por alumnos de años precedentes, se ha mejorado la información sobre el perfil con el fin de que los alumnos se

adecúen. Los estándares de calidad para la selección del alumnado no se redujeron con el descenso de la demanda para el curso 20-21.

- 4- En líneas generales, las tasas registradas de rendimiento, eficiencia y abandono son positivas y coherentes con las previsiones efectuadas en la memoria verificada. La tasa de rendimiento (porcentaje total de créditos superados por los alumnos de nuevo ingreso respecto de los créditos matriculados), es del 93,15%. Aun estando en el margen de la memoria verificada, es dos puntos más bajo que el año anterior. La tasa de eficiencia de los egresados (misma medición, pero en este caso sólo para los alumnos egresados), del 94,02%, algo más de tres puntos menos que la del año anterior. La causa es: se considera que se puede atribuir causa a las dificultades causadas por la pandemia, y más concretamente:
- a. a lo que se refiere a la participación en las actividades docentes (a pesar de que se facilitó el desarrollo online, hubo varios alumnos que tuvieron dificultades de salud incluso para la participación de actividades online);
  - b. dificultades para la realización del TFM por cuanto se hizo más difícil acceder a la información de las organizaciones objeto de la investigación.
- 5- La tasa de abandonos se ha reducido (10,20%) situándose en los datos previstos en la Memoria verificada (10 %).
- 6- La tasa de graduación (es decir, el porcentaje de estudiantes que finalizan la enseñanza en el tiempo previsto en el plan de estudios o en un año académico más en relación con su cohorte de entrada), es del 90%, consolidándose así la tendencia al alza, y muy por encima de la establecida en la memoria verificada (70%).
- 7- Por último, hay que señalar que una alumna obtuvo el I Premio Nacional de Investigación en Comunicación de la ATIC por su TFM.

### ICMRA-2. Resultados en las Asignaturas

Asignatura	Carácter	Matric.	1ª mat.	2ª Mat.y sucesivas	Apr. / Mat.	Apr. / Pres.	N.P. / Pres.	Apr. 1ª Mat. / Mat. 1ª Mat	NP	SS	AP	NT	SB	MH
COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES SIN ÁNIMO DE LUCRO	OPTATIVA	19	19	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	16	3	0
COMUNICACIÓN DE VANGUARDIA DE LAS ORGANIZACIONES PÚBLICAS	OPTATIVA	16	16	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	4	7	4	1
COMUNICACIÓN Y SALUD: NUEVOS MODELOS Y TENDENCIAS	OPTATIVA	8	8	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	1	7	0	0
EVALUACIÓN Y GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES	OPTATIVA	8	8	0	87,50%	87,50%	0,00%	87,50%	0	1	4	2	1	0
LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN PARA LA COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES	OPTATIVA	18	18	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	9	8	1
LOS EFECTOS DE LOS MEDIOS Y SUS IMPLICACIONES PARA LA COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES	OPTATIVA	3	3	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	1	2	0
MÉTODOS Y TÉCNICAS PARA LA INVESTIGACIÓN, DIAGNÓSTICO Y EVALUACIÓN	OBLIGATORIA	28	28	0	96,43%	96,43%	0,00%	96,43%	0	1	7	17	3	0
MODELOS Y TENDENCIAS EN EL PROCESO DE CREACIÓN	OBLIGATORIA	28	28	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	1	6	19	2
MODELOS Y TENDENCIAS EN PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	OBLIGATORIA	28	28	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	16	12	0

Asignatura	Carácter	Matric.	1ª mat.	2ª Mat.y sucesivas	Apr. / Mat.	Apr. / Pres.	N.P. / Pres.	Apr. 1ª Mat. / Mat. 1ª Mat	NP	SS	AP	NT	SB	MH
NUEVAS TENDENCIAS EN COMUNICACIÓN EMPRESARIAL	OPTATIVA	27	27	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	2	17	8	0
NUEVAS TENDENCIAS EN COMUNICACIÓN POLÍTICA Y ELECTORAL	OPTATIVA	9	9	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	2	7	0
ORGANIZACIONES CULTURALES: CULTURA DIGITAL Y MUESOGRAFÍA HIPERMEDIA	OPTATIVA	10	10	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	0	5	5	0
PLANTEAMIENTOS Y DISEÑOS DE LA INVESTIGACIÓN, DIAGNÓSTICO Y EVALUACIÓN	OBLIGATORIA	28	28	0	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0	0	8	15	4	1
TRABAJO FIN DE MÁSTER	PROYECTO FIN DE CARRERA	31	25	6	70,97%	95,65%	25,81%	64,00%	8	1	9	11	1	1

Los datos por asignatura muestran que:

- ✓ Hay un índice de éxito por asignatura que está dentro de lo contemplado en la memoria de verificación: todas las asignaturas, excepto “Evaluación y gestión de la reputación de las organizaciones” y el TFM, están en un índice de aprobado que está por encima del 95%.
- ✓ Las calificaciones que se obtienen muestran suficiente variación, lo que permite decir que los profesores han establecido unos criterios de evaluación que les permite discriminar los diferentes logros.
- ✓ Analizados comparativamente, los resultados son homogéneos, es decir, no parece identificarse una asignatura que se distinga por tener unos criterios de evaluación más exigentes que el resto o menos exigentes que el resto (las causas del 87’5% de la asignatura “Evaluación y gestión de la reputación de las organizaciones” no parecen apuntar la necesidad de adoptar medidas especiales).
- ✓ Como era de esperar, el TFM es, de todas, la asignatura en la que hay un índice de aprobación más bajo. Analizados los casos se comprueba que ha habido dificultades durante el 20-21 para llevar un ritmo de trabajo normal, así como para acceder a las organizaciones objeto de investigación.

EN DEFINITIVA, los resultados académicos de las asignaturas y de los TFM **evidencian que tanto las actividades formativas presenciales** (clases, exposiciones, tutorías, etc.) como las no presenciales (trabajos, lecturas, etc.) están **permitiendo a los alumnos adquirir los conocimientos y la formación que se describen en la guía docente de cada materia.**

Si bien las calificaciones no han sido tan altas como las de otros años, se puede decir que, en general, hay elevados resultados. Las CAUSAS son:

- a) Alumnado de elevada calidad gracias a la alta demanda;
- b) La atención más personalizada gracias a la reducción de plazas de 80 a 50 y a la distribución en dos grupos de 25 para la impartición de las asignaturas obligatorias;
- c) Hacer del TFM el eje del programa, anticipando y reforzando la información y seguimiento del proceso. Los alumnos conectan las asignaturas con el TFM, se planifican mejor el trabajo, y, en general, están satisfechos con la atención del tutor;
- d) incorporar como tutores del TFM a personas especializadas en la materia.

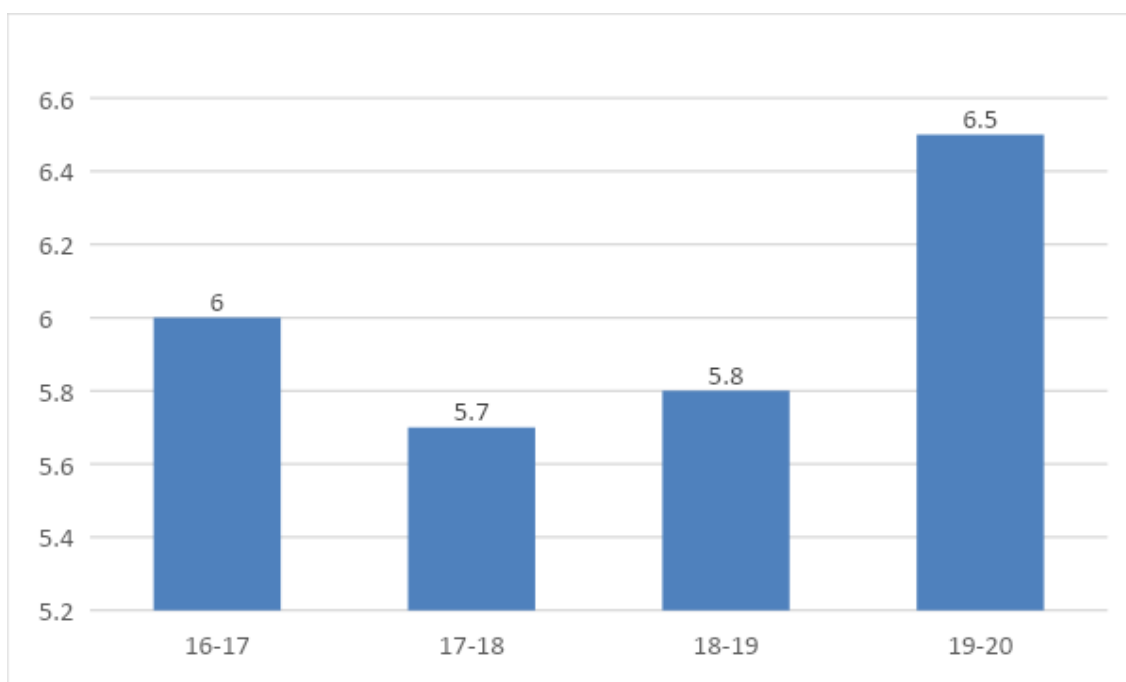
5.2 Análisis de los resultados obtenidos relativos a la satisfacción de los colectivos implicados en la implantación del título (estudiantes, profesores, personal de administración y servicios y agentes externos).

Sobre la metodología empleada para realizar las encuestas de satisfacción, se puede consultar en <https://www.ucm.es/calidad>

	Año informe de autoevaluación 19-20	1º curso de seguimiento o 20-21
IUCM-13: Satisfacción de alumnos con el título	6,5	6
IUCM-14: Satisfacción del profesorado con el título	9,6	9 (datos erróneos)
IUCM-15: Satisfacción del PAS del Centro	7.2	7,3

### SATISFACCIÓN DE ESTUDIANTES

Los datos aportados muestran que la satisfacción de los estudiantes continúa una línea positiva, si bien con un ligero descenso que se atribuye a las dificultades causadas por la COVID.



1. La **participación en el Programa de Evaluación Docente** por parte de los alumnos y el número de evaluaciones registradas es del 22.9%. Este índice **supone 25 puntos menos que el año pasado**. La causa de este descenso puede ser que: mayores dificultades por parte de profesores y de alumnos para implicar e implicarse en la realización de la evaluación. De hecho, se hizo difícil llevar a cabo la labor que se realiza con los alumnos de llevar a los alumnos a la conexión con la red para realizar la evaluación.

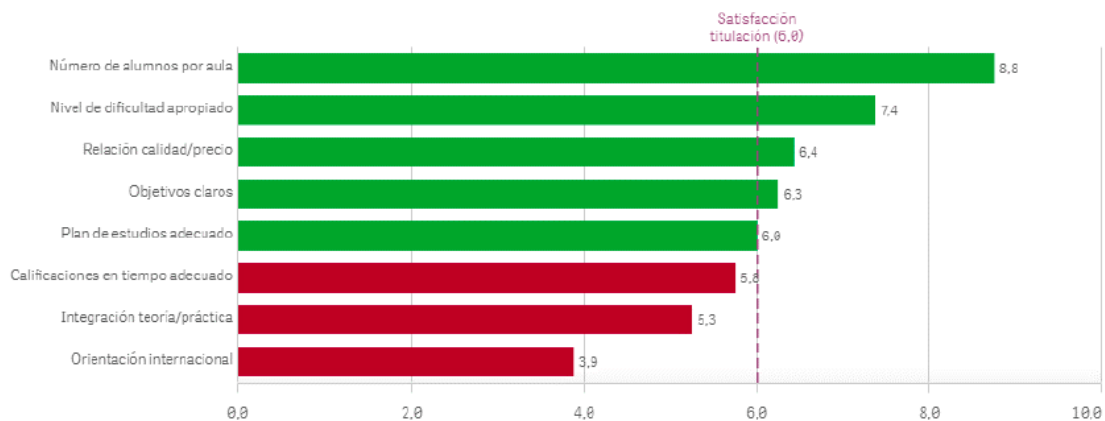
2. Los alumnos reconocen la **buena integración** entre el **ámbito de la investigación académica y el de la investigación profesional** en Mást.Co, tal y como expresaron los participantes en el panel promovido por la Comisión Académica para el informe de Acredita. Esta percepción concuerda con la satisfacción manifestada por las empresas que han participado en el programa, ofreciendo prácticas y proporcionando oportunidades profesionales a egresados del máster.

3. En cuanto a las fortalezas y debilidades, a continuación se muestra en las tablas

Memoria anual de seguimiento del MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

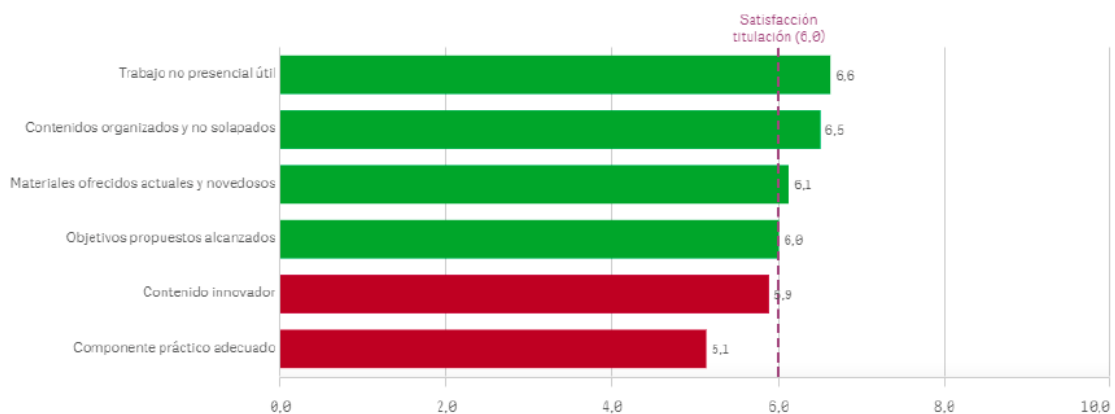
Desarrollo académico	Q	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Número de alumnos por aula		8,8	1,5	9,0	10
Nivel de dificultad apropiado		7,4	1,3	8,0	8
Relación calidad/precio		6,4	3,2	7,0	-
Objetivos claros		6,3	3,0	7,0	-
Plan de estudios adecuado		6,0	3,2	6,5	-
Calificaciones en tiempo adecuado		5,8	3,0	6,0	6
Integración teoría/práctica		5,3	3,2	5,5	8
Orientación internacional		3,9	3,5	5,0	-

**Fortalezas y debilidades**



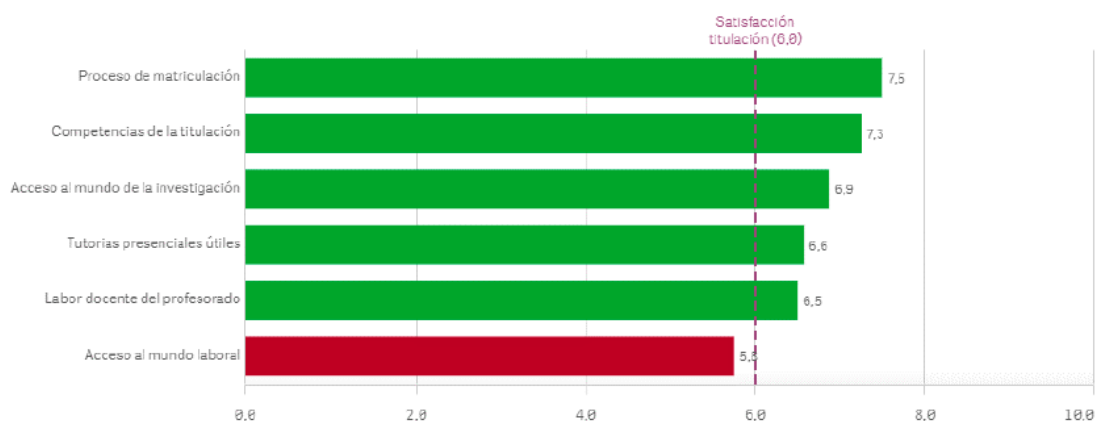
Asignaturas, tareas y materiales	Q	Media	Desv. típica	Desv. típica	Moda
Trabajo no presencial útil		6,6	4,1	4,1	9,0
Contenidos organizados y no solapados		6,5	2,9	2,9	7,0
Materiales ofrecidos actuales y novedosos		6,1	3,6	3,6	-
Objetivos propuestos alcanzados		6,0	3,0	3,0	7,0
Contenido innovador		5,9	3,5	3,5	-
Componente práctico adecuado		5,1	3,5	3,5	8,0

**Fortalezas y debilidades**



Formación recibida y matriculación	Q	Media	Desv. típica	Mediana	Moda
Proceso de matriculación		7,5	3,1	8,0	8,0
Competencias de la titulación		7,3	3,4	8,5	-
Acceso al mundo de la investigación		6,9	4,0	8,5	-
Tutorías presenciales útiles		6,6	3,6	7,0	-
Labor docente del profesorado		6,5	3,5	8,0	8,0
Acceso al mundo laboral		5,8	3,8	7,0	-

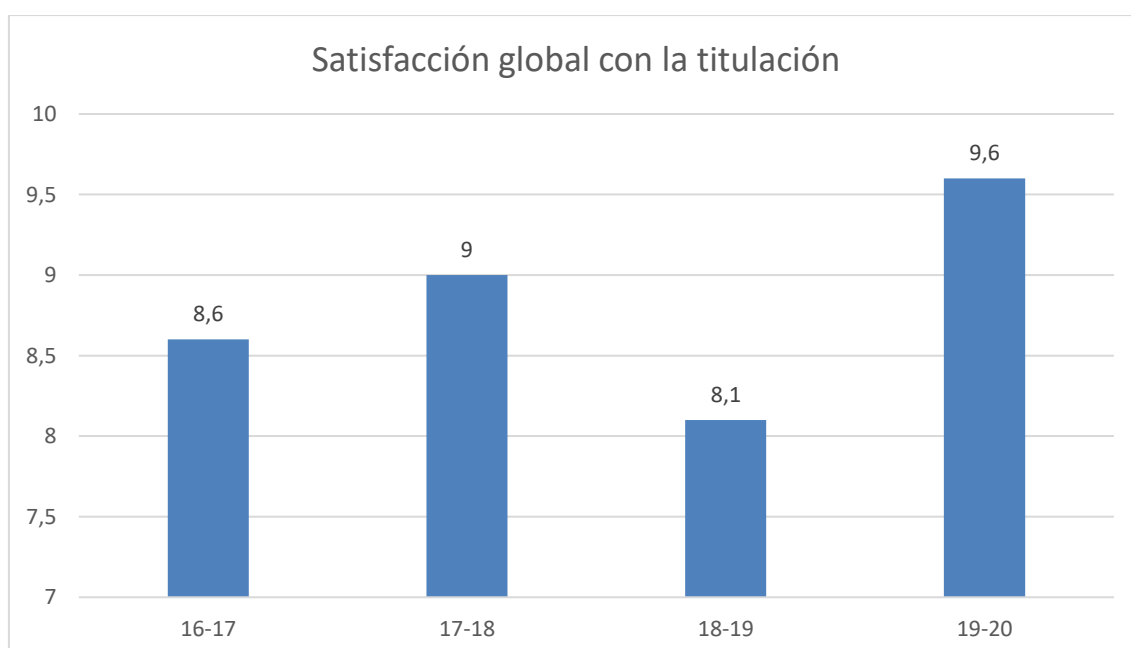
#### Fortalezas y debilidades

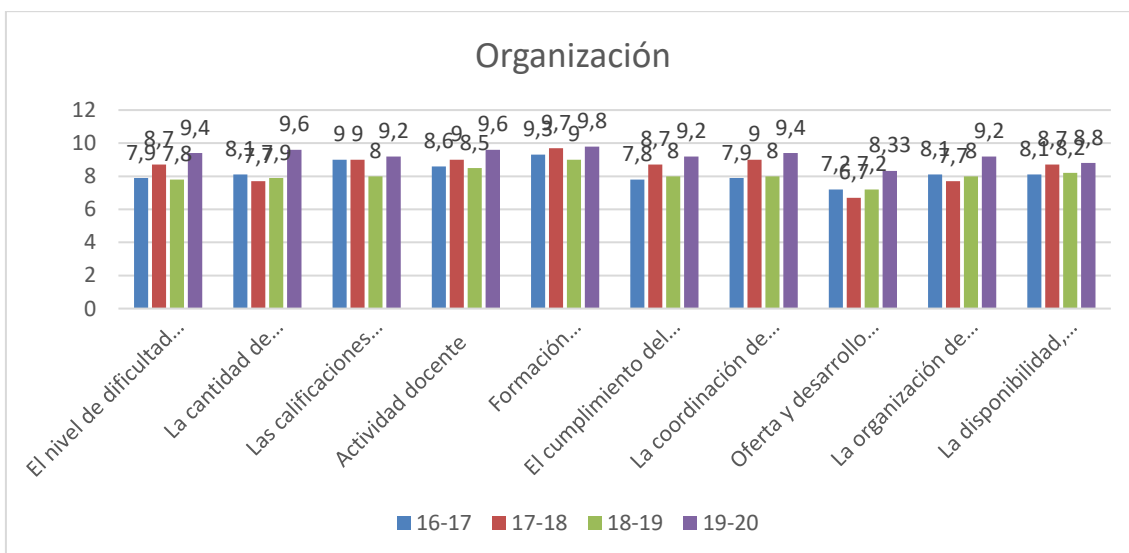
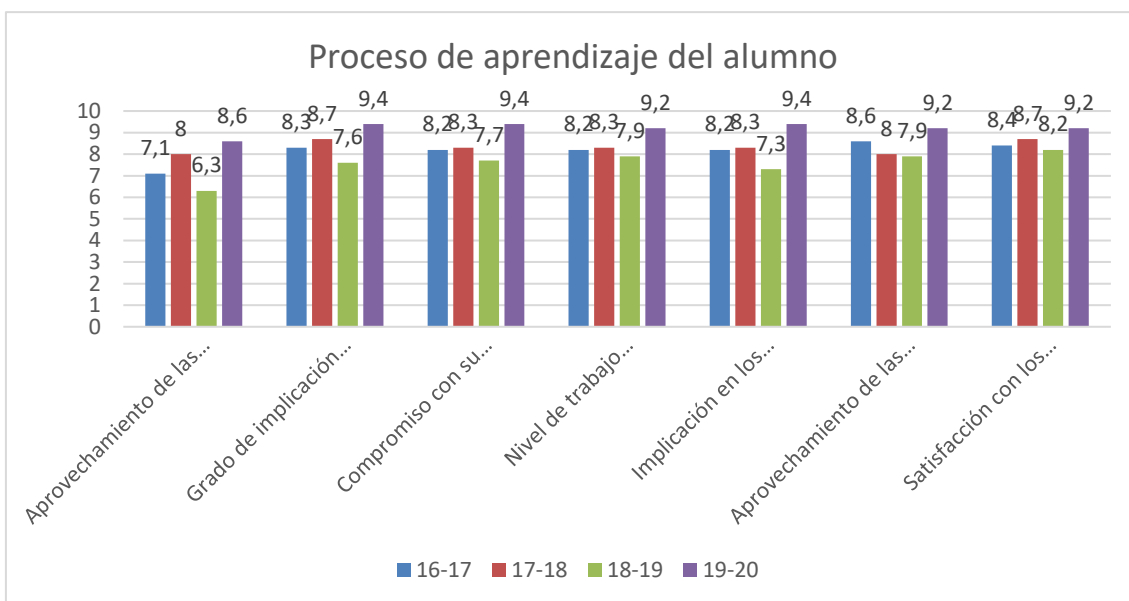
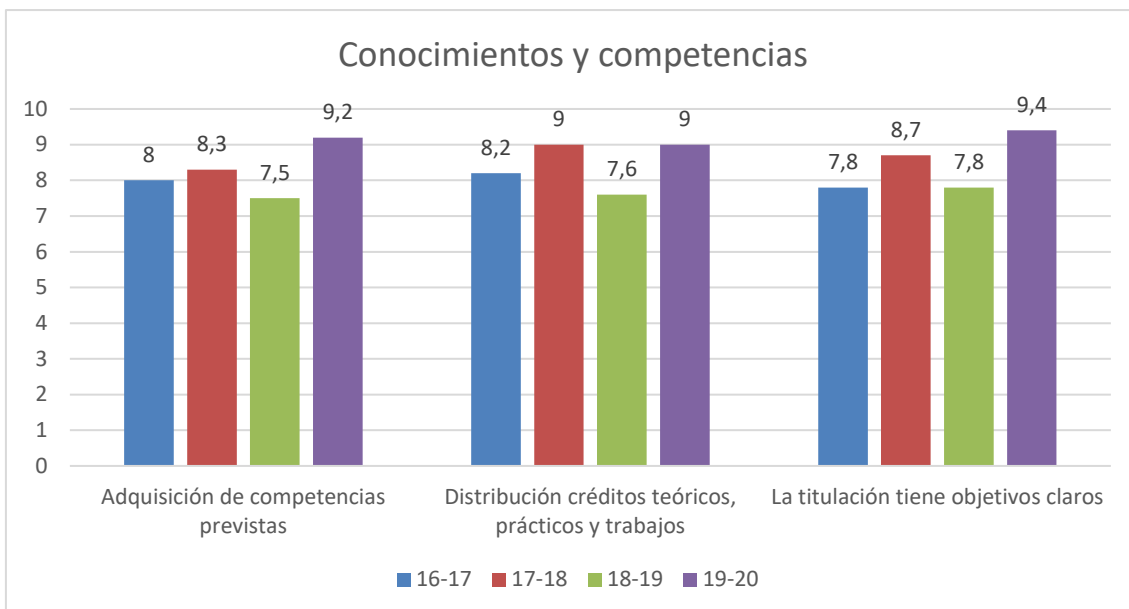


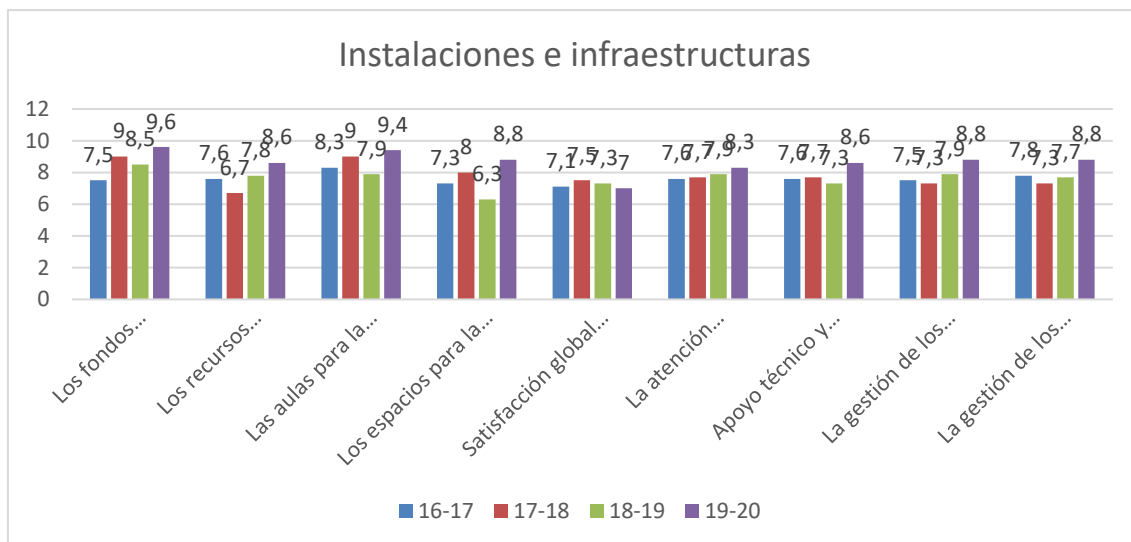
#### SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO:

No ha sido posible analizar este grupo de interés. Los datos recibidos son erróneos: con 7 participantes indica una participación del 100% (y el programa no tiene 7 profesores sino 24); y afirman que el número de participantes catedráticos es de 0, y la coordinadora del máster, que es catedrática, participó en la encuesta.

Esperamos poder contar con datos sólidos el año que viene. Mientras tanto, se adjunta el trabajo realizado sobre la satisfacción del profesorado para el autoinforme Acredita 2020 que analiza los años previos al 20-21.







Los datos de satisfacción del profesorado revelan que la promoción de 2019-2020 es la que más satisfacción produjo al profesorado en todos los aspectos, en parte porque, como ya se ha mencionado repetidas veces, se considera la mejor promoción que ha pasado por el programa, y en parte porque siguió a la promoción en la que una quinta parte del alumnado procedía de Filología Hispánica (con las consecuencias que ya se han reflejado, y que se notan en las valoraciones de 18-19).

El programa goza de una ELEVADA SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL PROGRAMA, con una evolución ascendente (hasta casi llegar al 10): 8.6, 9, 8.1, 9.6. Los datos parecen reflejar a un profesor motivado, implicado en la titulación, con una clara conciencia del valor que el título supone para la sociedad (9, 9.3, 8.4, 9.4).

Respecto a los CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS, todos los valores reflejan un acercamiento al valor más alto: “Adquisición de competencias previstas” (8, 8.3, 7.5, 9.2); “Distribución de créditos teóricos, prácticos y trabajos” (8.2, 9, 7.6, 9); “La titulación tiene objetivos claros” (7.8, 8.7, 7.8, 9.4).

La valoración del proceso de APRENDIZAJE DEL ALUMNO adquiere rasgos similares. Destaca una MUY PLENA SATISFACCIÓN en el 19-20 con la implicación del alumno (la evolución desde el 16-17 es: 8.3, 8.7, 7.6, 9.4), con el compromiso con su proceso de aprendizaje (8.2, 8.3, 7.7, 9.4), el nivel del trabajo autónomo (8.2, 8.3, 7.9, 9.2), la implicación en los procedimientos de evaluación continua (8.2, 8.3, 7.3, 9.4), el aprovechamiento de las clases (8.6, 8, 7.9, 9.2) y la satisfacción con los resultados alcanzados por los estudiantes (8.4, 8.7, 8.2, 9.2). Solo la valoración del aprovechamiento de las tutorías está por debajo del 9 (7.1, 8, 6.3, 8.6).

La ORGANIZACIÓN llega al 19-20 a SUBIR VALORES que YA ERAN MUY ALTOS: Como era de esperar, la satisfacción con la formación académica para el programa es alta y estable (9.3, 9.7, 9, 9.8), y evoluciona positivamente la satisfacción con el cumplimiento del programa de clases (7.8, 8.7, 8, 9.2). Los datos reflejan mejoras hechas al programa, como lo que se refiere al tamaño del grupo (la cantidad de estudiantes por aula es adecuada: 8.1, 7.7, 7.9, 9.6), o a las medidas adoptadas para equilibrar la carga de trabajo (la adecuación del nivel de dificultad del grado ha subido en casi 2 puntos: 7.9, 8.7, 7.8, 9.4). La coordinación llega a su valor más alto (7.9, 9, 8, 9.4), algo que se refleja también en la satisfacción con la organización de los horarios docentes (8.1, 7.7, 8, 9.2), y con la disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información (8.1, 8.7, 8.2, 8.8).

Por último, respecto a las INSTALACIONES E INFRAESTRUCTURAS, los datos son en general ASCENDENTES Y ALTOS: con los fondos bibliográficos (7.5, 9, 8.5, 9.6), recursos administrativos (7.6, 6.7, 7.8, 8.6), aulas (8.3, 9, 7.9, 9.4), apoyo del PAS (7.6, 7.7, 7.9, 8.3), de los servicios para la docencia (7.6, 7.7, 7.3, 8.6), gestión de los procesos administrativos del título (7.5, 7.3, 7.9, 8.8)

y comunes (7.8, 7.3, 7.7, 8.8). Resulta de interés la valoración otorgada a “La satisfacción global con el Campus Virtual”: el dato de 2019-2020 es el más bajo de todas (la evolución desde 2016 es: 7.1, 7.5, 7.3, 7), y se da la circunstancia de que es el año en el que ha habido mayor inversión, apoyo, y colaboración para la capacitación. Lo que ocurre es que, por COVID19, ha sido el año que más se ha tenido que acudir a este servicio y, quizá, experimentado algunas dificultades que han sesgado toda la evaluación.

El **análisis conjunto de todos estos datos** permite entender que Mást.CO sigue contando con un profesorado comprometido con el programa, implicado en los objetivos establecidos, satisfecho con la labor realizada y con la implicación y desempeño de los alumnos.

## SATISFACCIÓN DEL PAS

Participación del 15,1%, satisfacción es del 7,3.

NOTA: A la hora de valorar los datos sobre el PAS, se debe tener en cuenta que todas las estadísticas disponibles en UCM proceden del Informe de la Encuesta al Personal de Administración y Servicios que indica la satisfacción del PAS en general con la Universidad y la Facultad, no con este programa específico.

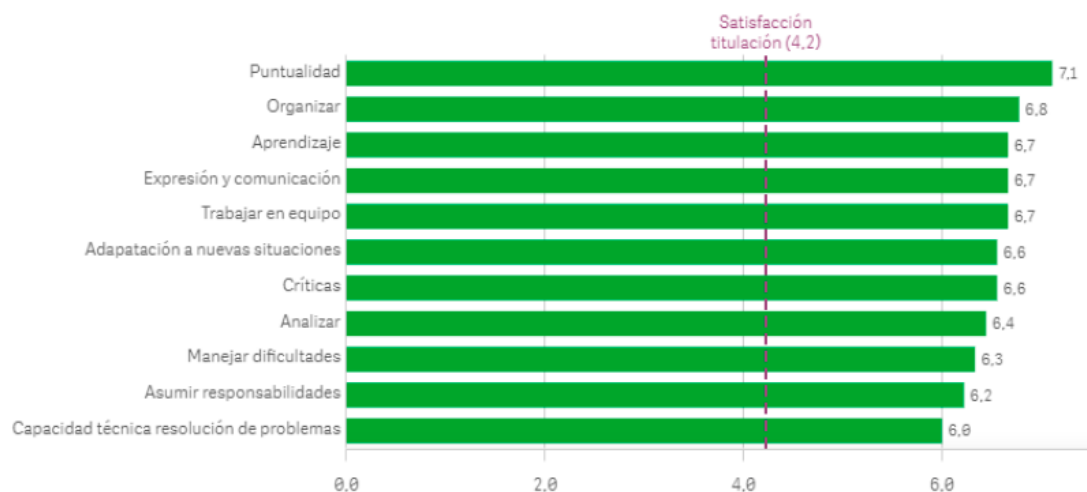
## AGENTES EXTERNOS

Hay que tomar estos resultados con enorme precaución, pues es sólo uno el agente externo encuestado. Este encuestado ha puntuado con 10 2 ítems (metodología de trabajo, satisfacción global con la actividad desarrollada) y con 9 2 ítems (participación en la toma de decisiones, desarrollo y evolución de los títulos). En sus observaciones completa esta información diciendo “se felicita a la Comisión por el particular esfuerzo en la transparencia y en facilitar la información necesaria para la adecuada toma de decisiones, incluyendo a los agentes externos en dicha transparencia proactiva”.

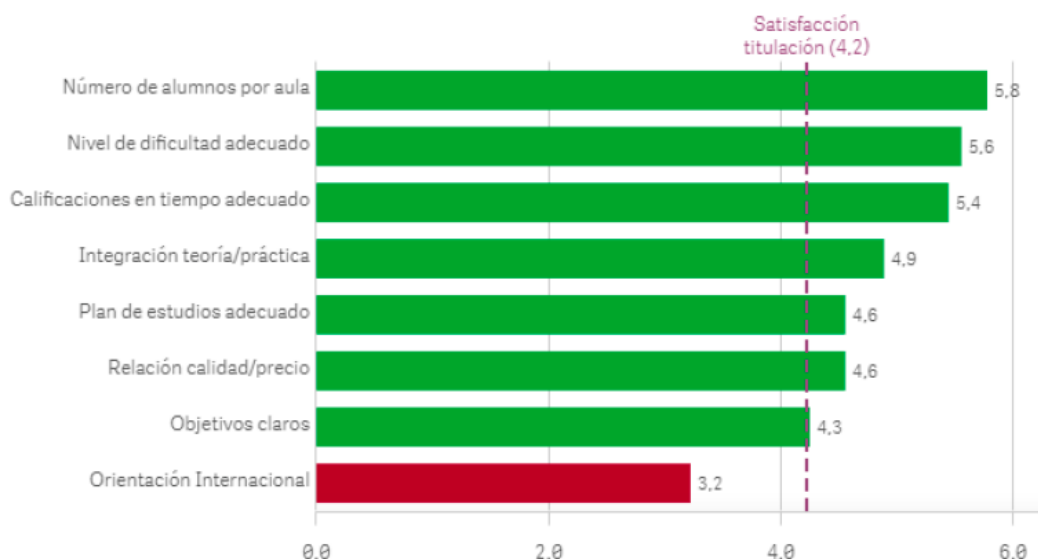
## EGRESADOS

Los datos de la encuesta de egresados que se han recibido en 2020-2021 son deficientes: 9 respuestas. El informe dice que estos datos suponen un 11% de participación; pero se está considerando una población de 82, cuando en realidad tenemos un total de más de 500 egresados.

### Fortalezas y debilidades



### Fortalezas y debilidades



Dada la baja validez que se debe otorgar a estos datos, se aporta información de actividades que se han desarrollado con egresados, y que complementan la información.

- Se ha incrementado la participación de egresados en las actividades de Mást.CO, donde se ha podido comprobar una creciente satisfacción por estar en contacto, por participar en las actividades y colaborar con el programa.
- Desde el curso 2018-2019 se incorporó además una novedad: los antiguos alumnos comparten en la web sus testimonios sobre su experiencia en el paso por Mást.CO (ver en <https://www.ucm.es/masterorganizaciones/antiguos-alumnos>). Se ponen aquí algunos testimonios: la que hoy es Directora de comunicación estratégica de la Seguridad Social de un país americano dice que Mást.CO “le ayudó a colaborar en la implementación de importantes avances para que la gestión de la comunicación fuera estratégica”. La coordinadora de comunicaciones del Ministerio de Educación en Chile comunica que ha obtenido el II Premio de la AIRP por su TFM y agradece todo el apoyo que se le ha prestado desde el programa Mást.CO. Para una egresada Mást.CO le “abrió las puertas al mercado laboral, pues le proporcionó una oportunidad para especializar la formación en la gestión de la comunicación de las organizaciones desde un punto de vista estratégico, poniendo el foco siempre en la investigación rigurosa y responsable”. Por último, una egresada que hoy es Responsable de Comunicación en el Grupo Español de Pacientes con Cáncer (GEPAC) afirma que Mást.CO “supuso para mí un salto de calidad a nivel profesional”, ... pude “realizar mi TFM sobre una organización con la que tenía contacto y aplicarlo de forma real”. “Para conseguir el empleo que ahora tengo, Mást.CO supuso un punto diferencial frente al resto de candidatos con los que competí en el momento de contratarme”.
- Se ha distribuido un cuestionario para crear una red de conocimiento de antiguos alumnos y conocer su situación laboral (información que se proporciona en el último epígrafe). En ella se han recibido comentarios muy positivos; se demuestra el interés de los egresados por crear una red de conocimiento entre ellos.

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

Por la información de que se dispone, se puede decir que los valores de los indicadores de inserción laboral son suficientemente adecuados al contexto socio-económico y profesional del título. Esta afirmación se apoya en los siguientes datos:

- Respecto a información del ÁMBITO TEMÁTICO, se recogen aquí algunos datos procedentes de diferentes entidades o asociaciones profesionales que inciden directa o indirectamente en el área de desarrollo profesional de los egresados.

Los informes líderes en el ámbito de la comunicación corporativa y gestión de intangibles muestran la relevancia de la preparación profesional que lleva a cabo Mást.CO. De un ranking de relevancia de las tendencias elaborado con directivos de compañías del IBEX, se puede concluir que el ámbito temático de Mást.CO incide en las tendencias que el mercado señala como relevantes. Así, el informe *Approaching the future. Tendencias en reputación y gestión de intangibles* (CE& Canvas, 2020) (<https://n9.cl/k04yr>), afirma que: son tendencias predominantes en las compañías la gestión de expectativas sociales en un contexto de incertidumbre, la gestión de la sostenibilidad de la Agenda 2030, la gestión de la reputación en la era del algoritmo, la transparencia, el liderazgo inclusivo, y la medición de intangibles (todas estas son tendencias que se tratan en Mást.CO). Se pone también de manifiesto que las organizaciones están recurriendo cada vez más a la investigación profesional del entorno de la organización para la toma de decisiones: se utilizan informes externos para explorar la incertidumbre y el cambio, se toman decisiones a partir de los análisis sociales y de contexto, y se analiza la evolución de expectativas para desarrollar productos, servicios y procesos. Por último, un 60% de los directivos encuestados trabaja con indicadores de intangibles. Por su parte, el informe *2020 Global Trends in Reputation* del *Reputation Institute* afirma como tendencias predominantes la gestión y evaluación de la reputación, así como la relevancia de identificar, definir y proyectar el propósito organizacional (Reputation Institute, 2019) (<https://n9.cl/nkrs7>).

Por lo que respecta al ejercicio de la información, la APM afirma en junio de 2019 que el paro en la profesión periodística ha descendido por cinco años consecutivos (si bien alerta de la dificultad de insertar a nuevos periodistas) (<https://n9.cl/2u94y>). El *Observatorio de la Publicidad* aporta datos que contemplan el efecto de la pandemia en lo que se refiere a la evolución del negocio de la publicidad: la inversión publicitaria se cerró en 2020 con una variación de -20.6% mejorando en 5 puntos el dato recogido en mayo. El informe presenta además expectativas positivas para 2021 en lo relacionado con las inversiones en digital. Se ha incrementado de forma notable el número de aquellos que informan de una situación de estabilidad en sus inversiones de cara al cierre del año. De los 105 profesionales que han participado en esta última oleada de TREND SCORE, el 60% estima que la recuperación llegará en julio de 2021 (<https://n9.cl/q76fa>).

- ENCUESTA A EGRESADOS: en diciembre de 2020 se envió un cuestionario a egresados difundido a través de redes sociales. Si bien no se obtiene una información estadísticamente representativa (no ha habido tiempo suficiente para circularlo; el cuestionario se mantiene abierto y se espera enriquecer esta información en los próximos meses, lo que será de valor para el programa), las 55 respuestas recibidas aportan información interesante. Un 87% trabaja actualmente o ha trabajado en algo relacionado con la comunicación de las organizaciones; un 87% considera que ha podido aplicar a su trabajo lo que ha aprendido en Mást.CO; las organizaciones para las que trabajan son relevantes en el ámbito de la comunicación de las organizaciones (ver lista completa en la evidencia); finalmente, los puestos que desempeñan son de importancia y liderazgo (tales como: Consultoría de la Jefatura en un Congreso Estatal, Directora de Comunicación de Ministerio, Responsable de Comunicación en multinacionales, profesores universitarios, executive planner en agencias de comunicación; ver lista completa en la evidencia).

- EL NÚMERO DE EMPRESAS QUE OFERTAN PRÁCTICAS A Mást.CO ES ALTO, Y CON UNA DIVERSIDAD POR SECTORES QUE SE ADECUA A LA DISTRIBUCIÓN POR SECTORES DE LAS ASIGNATURAS. Entre 2015 y 2020 la OPE ha ayudado a Mást.CO a la gestión de prácticas profesionales no curriculares con los siguientes resultados: un total 141 entidades han firmado convenio con la UCM para realizar las prácticas (63 en el curso objeto de evaluación, 2019-2020). Se trata de entidades relevantes en el ámbito profesional de la comunicación de las organizaciones. Destacan: Consultoras (tales como Análisis e Investigación, Canvas, Burson, Estudio de Comunicación, Everis, TrustMaker, Villafañe y Asociados), Agencias de Comunicación (Deva Comunicación Financiera, Equmedia, Kailani, Lewis, M&C Saatchi, Ogilvy, Omnicom), Medios de comunicación (Grupo 20 Minutos, Audiovisual Española, Inforpress, Servimedia, Thomson Reuters). Además, la oferta de prácticas responde a una distribución por sectores que en buena medida coincide con la especialización por sectores que tiene el máster: además de las mencionadas, hay organizaciones empresariales (Aenor, Investment Digital Commerce, Robert Bosch, Telefónica), públicas (Ayuntamiento de Fuenlabrada, Ayuntamiento de Pinto, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, ICEX, Metro de Madrid), Sanitarias (Hospital Universitario de Fuenlabrada, Federación Española de Daño Cerebral), Federación Española de Parkinson), ONGs (Change.org, Cruz Roja, Fundación Ayuda contra la Drogadicción), culturales (Fundación Thyssen, Utopicus Innovación Cultural), Políticas (Gira Madrid Los Verdes) (Ver lista completa en [EOS1.1.7 Resultados del apoyo en la gestión de prácticas (no curriculares). Listado de empresas/instituciones/organizaciones con las que se han realizado convenios para facilitar a los alumnos el acceso a prácticas (no curriculares)]

Las consideraciones cualitativas que merecen estos datos son las siguientes:

- **El perfil de Mást.CO ha logrado hacerse singular en el mercado:** tanto en España como en América Latina es el único que se orienta específicamente a la investigación científica y profesional en el ámbito de la comunicación de organizaciones. Esto no sólo se manifiesta en el elevado índice de demanda sino en un alto índice de inserción laboral (el más alto de los másteres que ofrece la Facultad de Ciencias de la Información).
- **La estrecha colaboración que hay entre la profesión y el máster** (con más de treintena de convenios firmados con organizaciones para la elaboración de prácticas, y unos 40 profesionales que colaboran con el máster en la impartición de sesiones extraordinarias) **ha permitido poner en contacto a los alumnos con la profesión.** De hecho, no pocos de los que hacen prácticas son luego contratados.
- **La estrecha relación que el profesorado tiene con la profesión está facilitando la inserción laboral:** muchos egresados han ido a empresas y entidades gracias a los contactos que han facilitado profesores del máster.
- **A través del contacto regular que los profesores mantienen con muchos de los egresados, se realiza un seguimiento de la vida laboral.** De hecho, son muchos los mensajes que se reciben poniendo al tutor al corriente de la evolución de la situación laboral, comentando la utilidad de los contenidos para el puesto de trabajo, pidiendo orientación, y ofreciéndose a colaborar con el programa.
- **Aún con todo, Mást.CO desea elevar el índice de inserción laboral,** y está trabajando para lograr una mejor especialización y adecuación de las enseñanzas a la práctica profesional. En este sentido, se va a continuar con experiencias piloto que permitan al programa mejorar en este aspecto.

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

NO SE APLICA

5.5 Análisis de la calidad de las prácticas externas.

NO HAY 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 del Título, realizado por la Agencia externa.

NO PROCEDE

6.2 Se han realizado las acciones necesarias para corregir las Advertencias y las Recomendaciones 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.

NO PROCEDE

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

NO PROCEDE

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.

NO PROCEDE

7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

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

NO PROCEDE

7.2 Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación del Procedimiento de modificación abreviado.

NO PROCEDE

8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL TÍTULO Y ACCIONES DE MEJORA

9. RELACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES DEL TÍTULO Y PROPUESTAS DE MEJORA

Los apartados 8 y 9 de la Memoria de Seguimiento se analizan conjuntamente en la tabla siguiente:

ANÁLISIS DE FORTALEZAS / DEBILIDADES E IDENTIFICACIÓN DE ACCIONES			
	ASPECTOS POSITIVOS	DEBILIDADES	ACCIONES
CONSIDERACIÓN GLOBAL: La singularidad del perfil (orientación a la investigación científica y profesional para la comunicación de las organizaciones) ha facilitado que Mást.CO se sitúe bien en el mercado tanto educativo como laboral. Se está en condiciones de incorporar mejoras para seguir consolidando la singularidad del perfil			
GESTIÓN	<p>Plan de estudios coherente e implementación consistente del programa</p> <p>Se han introducido buenas prácticas para la combinación de investigación científica y profesional</p> <p>Se ha llegado a una definición adecuada y homogénea de niveles de exigencia y calidad a los alumnos</p> <p>Se ha logrado mantener un nivel continuado de revisión de las actividades docentes para lograr los objetivos de combinación de investigación científica y profesional</p> <p>Se han consolidado los mecanismos de coordinación (comunicación fluida con la Facultad, el profesorado y el alumnado).</p> <p>Alta implicación de la Comisión Académica: reuniones frecuentes, responsabilidad, eficacia y apertura a la innovación en el desarrollo de sus tareas</p> <p>Orientación continuada a la calidad: se registran datos, se analizan, se reflexiona sobre la autoevaluación, se introducen mejoras y se hace seguimiento de estas. Suficiente participación de los alumnos y profesores en las evaluaciones</p> <p>La página web ofrece información completa, se revisa continuamente, y se han introducido contenidos de interés sobre el ámbito profesional del máster</p>	<p>La satisfacción de estudiantes y profesores con el equilibrio entre teoría y práctica es mejorable</p> <p>La satisfacción con la actualización e innovación de los contenidos es mejorable</p> <p>Apenas hay internacionalización</p> <p>Se está en condiciones de dar a las prácticas profesionales un mayor protagonismo en el proceso de aprendizaje</p> <p>El programa Docentia todavía no tiene la participación deseada por parte de los alumnos</p> <p>El empleo de las nuevas tecnologías para actividades docentes todavía se guía por un enfoque de "virtualización" de enseñanza tradicional</p>	<p><b>Equilibrio teoría práctica:</b></p> <p>Lograr que en cada asignatura dos sesiones (un día/3 horas) se impartan combinando el profesor y un profesional para la realización de un taller práctico/caso práctico de la organización de procedencia</p> <p>Aprovechar el "excedente" de ponentes de las sesiones profesionales para apoyar la incorporación de más ejercicios prácticos a las asignaturas individuales</p> <p>Introducir un apartado sobre información de prácticas en el Campus Virtual</p> <p>Estudiar la posibilidad de perfilar dos itinerarios que contemplen separadamente la investigación científica y la investigación profesional</p> <p><b>Internacionalización</b></p> <p>Animar a los profesores a llevar al aula a profesores de fuera que participan en proyectos de investigación o congresos</p> <p>Fomentar la visibilidad en redes internacionales (plataformas) de las investigaciones realizadas por los estudiantes</p> <p><b>Docentia</b></p> <p>Incrementar información a los alumnos y seguimiento para mejorar la participación de estudiantes en el Programa</p>

Memoria anual de seguimiento del MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"><b>RECURSOS</b></p>	<p>Alta cualificación del profesorado. Buen nivel para combinar la investigación científica con profesional. Incorporación adecuada de profesores asociados</p> <p>Altísimo grado de implicación del profesorado y satisfacción (de las más altas de la Facultad)</p> <p>Reconocimiento de créditos por la dirección de TFM que ha facilitado la captación de personal para poder dirigir bien las investigaciones de los alumnos</p> <p>Alta implicación de organizaciones líderes en el sector que imparten talleres y seminarios (20 sesiones anuales) y en la gestión del acceso a prácticas (141 convenios)</p> <p>Buenas instalaciones, servicio de biblioteca (que además colabora con el máster impartiendo sesiones).</p>	<p>Por falta de tiempo, no se consigue sacar todo el partido a la implicación de las entidades colaboradoras</p> <p>Los profesores se han visto forzados a utilizar el Campus Virtual que, a pesar de las mejoras introducidas, todavía da problemas de funcionamiento</p> <p>Hace falta incrementar la formación del profesorado en la utilización del Campus Virtual</p>	<p><b>Mejora del uso de las tecnologías en la docencia</b></p> <p>Evaluar con los profesores lo realizado respecto a actividades online en el 20-21 y extraer acciones de mejora</p> <p>Proporcionar información a los profesores de las acciones formativas de la UCM en tecnologías para la educación</p> <p>Incentivar la participación en acciones formativas para el uso eficiente del Campus Virtual</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"><b>RESULTADOS</b></p>	<p>Resultados récord de aprendizaje</p> <p>5 galardones</p> <p>Alta tasa de demanda (600%) y casi 100% de cobertura</p> <p>Niveles récord de tasa de graduación, rendimiento, abandono y éxito</p> <p>Altísima satisfacción del profesorado con el programa en todos sus aspectos y participación alta en esta evaluación</p> <p>Participación alta de los estudiantes (de las más altas de la Facultad) en la evaluación del programa</p> <p>Mejora de la satisfacción de estudiantes con el programa en casi todos sus aspectos</p> <p>Se logra interesar de forma creciente a los alumnos por la investigación científica. Se ha incrementado el acceso al doctorado fruto del programa</p> <p>Buen posicionamiento de egresados en el mercado.</p> <p>Estrechísima colaboración de egresados, e interés creciente por hacer red de conocimiento</p>	<p>Satisfacción media-baja sobre la actualización de los contenidos, de los materiales utilizados y el equilibrio teoría y práctica</p> <p>No se logra buena información sobre la inserción laboral</p> <p>Necesidad de aprovechar todas las oportunidades para incrementar el posicionamiento del máster en ámbitos de potenciales empleadores</p>	<p>Desarrollar experiencia piloto de mentoría de alumnos por parte de egresados</p> <p>Mantener la información de los egresados con testimonios en la página web, e incrementar las posibilidades de los alumnos de interactuar con los egresados</p> <p>Trabajar con los alumnos en la investigación aplicada para obtener información más precisa sobre el estado de la cuestión de la inserción laboral</p> <p>Mantener en abierto el cuestionario para la recopilación de datos sobre egresados</p> <p>Ver la posibilidad de crear red de conocimiento sobre comunicación de organizaciones con los egresados</p>

MEMORIA APROBADA POR LA COMISIÓN DE CALIDAD DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN CON FECHA 15 DE NOVIEMBRE DE 2021

MEMORIA APROBADA POR LA JUNTA DE CENTRO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN CON FECHA 17 DE NOVIEMBRE DE 2021