

RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN INFORME FINAL

DATOS DEL TÍTULO

Número de Expediente (RUCT):	4313993
Denominación Título:	Máster Universitario en Trade Marketing y Comercio Electrónico
Universidad responsable:	Universidad CEU San Pablo
Universidades participantes:	Universidad San Pablo-CEU
Centro en el que se imparte:	Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación
Nº de créditos:	60
Idioma:	Español
Modalidad:	

MIEMBROS DEL COMITÉ DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Presidente del Pleno:	Jesús Sanchez Martos
Experto externo:	Rosa de Couto Gálvez
Vocal estudiante:	Silvia Maiorana
Presidente Comité Artes y Humanidades:	Manuel González Morales
Presidente Comité Ciencias:	Celso Rodríguez Fernández
Presidente Comité Ciencias de la Salud:	Francisco Javier Castillo García
Presidente Comité Ciencias Sociales y Jurídicas:	Eduardo García Jiménez
Presidente Comité Ingeniería y Arquitectura:	Enrique Masgrau Gómez
Secretario:	Oscar Vadillo Muñoz

Conforme a lo establecido en el artículo 27bis del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, la Fundación para el Conocimiento madrimasd ha procedido a evaluar la propuesta de acreditación del plan de estudios del título universitario oficial arriba referenciado cuya solicitud fue presentada en virtud de la Orden 2934/2015, de 23 de septiembre, de la Consejería de Educación, Juventud y Deporte, por la que se establecen los plazos para solicitar la renovación de la acreditación en el año 2016 de los títulos oficiales de Grado y Máster en el ámbito de la Comunidad de Madrid.

La evaluación se ha llevado a cabo de acuerdo con los criterios y directrices establecidos en la *Guía de evaluación para la renovación de la acreditación de títulos oficiales de Grado y Máster* de la Fundación y teniendo en cuenta la evaluación externa realizada por el Panel de expertos que ha visitado la universidad y el Informe provisional emitido por el Comité de rama.

VALORACIÓN GLOBAL DEL TÍTULO

Transcurrido el plazo de veinte días para la presentación de alegaciones al Informe provisional y considerando la información disponible del título incluida en el dossier de acreditación y, en su caso, las alegaciones y/o Plan de Mejora presentadas por la universidad, este Comité de Evaluación y Acreditación emite el siguiente Informe final de renovación de la acreditación en

términos de **FAVORABLE**. Este informe debe hacerse público en la página web del propio título de forma fácilmente accesible.

CUMPLIMIENTO DE LOS CRITERIOS

DIMENSIÓN 1. La gestión del título

Criterio 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

EL PROGRAMA FORMATIVO ESTÁ ACTUALIZADO Y SE HA IMPLANTADO DE ACUERDO A LAS CONDICIONES ESTABLECIDAS EN LA MEMORIA VERIFICADA Y/O SUS POSTERIORES MODIFICACIONES.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 1.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

El Máster en Trade, Marketing y Comercio Electrónico es un Máster para la especialización docente y postgrado poco conocido en las Universidades Españolas, fue solicitado para su inicio en el curso 2013/14, sin alumnos suficientes e implantado en el 2015-2016 y ha celebrado su segunda edición en el presente curso académico.

Es un Máster presencial, impartido fundamentalmente en la sede de Posgrado de la Universidad, dentro del área de Ciencias Sociales y Jurídicas. Pese a su juventud ya tiene alumnos extranjeros. Máster de referencia en el sector, necesario y actualizado.

Destaca la organización, planificación académica y de todas las asignaturas (incluido TFM y prácticas externas). También la coordinación del máster, documentada en las distintas actas y la atención individualizada de los alumnos. El plan de estudios del Máster en Trade Marketing y Comercio electrónico cumple con la información detallada en la memoria de verificación, al igual que sucede con la modalidad en la que se imparten estos estudios (presencial) y el idioma (castellano nivel B2). Consideramos que el proyecto establecido en la Memoria del Máster ha sido implementado satisfactoriamente

La tasa de cobertura es baja, de apenas 5 alumnos que se matricularon en el curso de implantación (2015/2016), cuando el máximo de plazas de nuevo ingreso contemplado en la memoria verificada es de 20 personas en el primer año y de 30 en el segundo. Si bien, se han planteado dos acciones de mejora que responden precisamente al deseo de aumentar la cobertura del programa, a través de la colaboración con los departamentos responsables de la captación de nuevos alumnos.

Respecto a las prácticas externas, en la guía docente se detalla que requieren de una inversión de tiempo de 30 horas en total, son 180 horas según memoria verificada y 6 ECTS (es una errata). Todos los alumnos han realizado sus prácticas profesionales en empresas con las que se han firmados convenios de colaboración a través del COIE de la Universidad. Dichas empresas cumplen con los requisitos en cuanto a actividad relacionada con el ámbito de la distribución comercial y el marketing online, para que los alumnos puedan lograr los objetivos mencionados en la Memoria.

La normativa de permanencia aplicada es la genérica de la Universidad no habiendo tenido hasta el momento ningún estudiante a tiempo parcial. Por otro lado, solo se reconocerán créditos cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional (máx. 9) según memoria verificada.

El título cuenta con mecanismos de coordinación horizontal y vertical que se consideran adecuados y cumplen con sus objetivos. Incluyen las figuras de un Director del Máster, un Coordinador del Máster, Coordinadores de Materia, Coordinador de Prácticas externas, y Coordinador del Trabajo Fin de Máster (todos ellos profesores doctores a tiempo completo en la Universidad) Además, se ha creado una SUBIC que prevé mejorar la coordinación del título.

Se considera que tanto el proceso de gestión de las prácticas externas como los medios de apoyo, entre los que destaca la Aplicación Informática de Gestión de Prácticas Externas funcionan adecuadamente y permiten una correcta gestión. Los alumnos muestran gran satisfacción con las prácticas en la visita y memorias finales. En la memoria de verificación se detalla que la modalidad del Máster es presencial, requisito que se ha cumplido hasta la fecha.

El tamaño del grupo es adecuado para la adquisición de resultados de aprendizaje y para la realización de las actividades formativas previstas. Los criterios de admisión corresponden a la memoria verificada. El perfil es muy variado. Incluye CC. Sociales sobre todo Económicas, ADE pero también Comunicación. La página web del Máster en Trade Marketing y Comercio electrónico incluye correctamente el perfil de ingreso recogido en la memoria verificada.

No hay complementos formativos, si bien la cercanía con los profesores profesionales.

Criterio 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

LA INSTITUCIÓN DISPONE DE MECANISMOS PARA COMUNICAR DE MANERA ADECUADA A TODOS LOS GRUPOS DE INTERÉS LAS CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA Y DE LOS PROCESOS QUE GARANTIZAN SU CALIDAD.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 2.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

La institución comunica de forma adecuada las características del programa y de los procesos que garantizan su calidad.

Se publican los módulos y materias, las guías docentes de los módulos que especifican: al profesor responsable, carácter de la asignatura, nº de ECTS y actividades o metodologías formativas, así como criterios de evaluación y competencias y resultados de aprendizaje previstos.

En lo referente a la información sobre el SIGC, se encuentra información sobre la organización, composición y funciones del SIGC, información sobre los principales resultados del título, El buzón de quejas y reclamaciones e información sobre el procedimiento de atención de las mismas, Información sobre la inserción laboral de los graduados en la que solo hay un documento con previsiones positivas de inserción laboral, dado que la primera edición se impartió en el curso 2014-2015. También hay un acceso a Informes de los procesos de verificación y seguimiento y un documento de mejoras implantadas actualizado.

La página web del título se considera que contiene la información necesaria y es clara e intuitiva, aunque hay algunos aspectos que han de completarse y rectificar e incluir más datos que aumenten la información y transparencia.

Destaca la calidad de las guías docentes y queda clara la estructura del plan de estudios.

Criterio 3. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC)

LA INSTITUCIÓN DISPONE DE UN SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD FORMALMENTE ESTABLECIDO E IMPLEMENTADO QUE ASEGURA, DE FORMA EFICAZ, LA MEJORA CONTINUA DEL TÍTULO.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 3.:

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración:

El SGIC está implantado, es revisado periódicamente y coordinado, con procedimientos de recogida continua, análisis de resultados y toma de decisiones respecto a puntos débiles y fuertes del título y su publicación correspondiente.

Se muestran evidencias respecto a la evaluación en las encuestas de los índices de satisfacción de los distintos colectivos. No se dispone de análisis sobre Inserción laboral por tratarse de un proceso que se mide a los dos años del egreso. Las encuestas no tienen representatividad por la baja participación de los alumnos en las encuestas de satisfacción general y con los servicios.

Respecto al uso e Informe de Quejas, sugerencias y Reclamaciones del BQSR, es a nivel de Facultad. Para este título actualmente no se usa; los estudiantes tienen contacto directo con sus tutores, con los profesores de las diversas materias, y asimismo con la coordinadora y la directora del programa, que pueden mediar en el caso de presentarse algún tipo de problema. Se aportan memorias de seguimiento del título con fortalezas y debilidades y acciones de mejora asociadas y su estado de ejecución.

DIMENSIÓN 2. Recursos

Criterio 4. PERSONAL ACADÉMICO

EL PERSONAL ACADÉMICO QUE IMPARTE DOCENCIA ES SUFICIENTE Y ADECUADO, DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL TÍTULO Y EL NÚMERO DE ESTUDIANTES.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 4.:

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración:

Destaca un profesorado muy cualificado, sobre todo los 7 profesores de la USPCEU y los 20 profesores externos, si bien -aunque

está descompensada esa relación- el resultado es positivo por buena coordinación. Es muy buena relación profesor / alumno y destaca la cercanía y disponibilidad del claustro.

También es muy considerable la calidad del seguimiento en las prácticas en empresa y los TFM.

Sin embargo debemos observar que la proporción de Doctores está entre el 50-53%, y la ratio de profesores internos y externos es de un 50%; lo que nos obliga a recomendar el cumplimiento del RD 420/2015 que debe estar en el 70% de doctores.

Existe un plan de estabilización del profesorado e incentivos para la formación e investigación. Hay nuevos profesores de Tiempo Completo que se han doctorado este año.

Se destaca positivamente la estancias de movilidad. Igualmente la existencia de un sistema de formación variado y continuo para los profesores de este título y de la propia facultad .

Criterio 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

EL PERSONAL DE APOYO, LOS RECURSOS MATERIALES Y LOS SERVICIOS PUESTOS A DISPOSICIÓN DEL DESARROLLO DEL TÍTULO SON LOS ADECUADOS EN FUNCIÓN DE LA NATURALEZA, MODALIDAD DEL TÍTULO, NÚMERO DE ESTUDIANTES MATRICULADOS Y COMPETENCIAS A ADQUIRIR POR LOS MISMOS.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 5.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

Los antiguos Centros de Orientación e Información de Empleo (COIE) de las distintas Facultades, se encuentran incorporados en lo que desde este curso 2016 denominamos Departamento de Carreras Profesionales; dichos Centros realizan la orientación laboral de los estudiantes a través de los Responsables del COIE y el personal de administración específico de los mismos. A través de su web, el alumno tiene acceso tanto a cursos para facilitar la Inserción Laboral, actividades relacionadas con el Emprendimiento (Club Emprendedores, CEU emprende,...), al Portal de Prácticas tanto curriculares como extracurriculares así como a la Bolsa de Empleo, por su parte, de forma presencial tienen un servicio personalizado de orientación para la Inserción Laboral. Para la consecución de este objetivo, se desarrollan diferentes acciones para la mejora de la empleabilidad.

La Universidad dispone del Vicerrectorado de Relaciones Internacionales, además de la Oficina de Relaciones Internacionales de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación.

El personal de apoyo se considera suficiente para soporte a la docencia. La atención y soporte al alumno es muy personalizado, los alumnos pueden contactar de forma rápida y directa con la Dirección y la Coordinación por correo electrónico y/o teléfono para resolver los más variadas cuestiones y/o fijar reuniones personales, aparte de las prefijadas (en la entrevista cuando se matriculan y al final del primer cuatrimestre).

No queda claro el servicio de secretaria en ambas sedes.

Destaca la satisfacción de alumnos con las nuevas instalaciones del Edificio de Posgrado en su ubicación en la calle Tutor que comparten con los laboratorios de diseño y creatividad del campus.

Los estudiantes cuentan con un Portal del Alumno, y los profesores con el Portal del Profesor, en el que además de estos datos, tienen acceso a la herramienta Blackboard, que permite un seguimiento constante de cada asignatura, y les facilita un contacto directo con los profesores y con sus tutores académicos. Se comprueba su correcto funcionamiento.

DIMENSIÓN 3. Resultados

Criterio 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE ALCANZADOS POR LOS TITULADOS SON COHERENTES CON EL PERFIL DE EGRESO Y SE CORRESPONDEN CON EL NIVEL DEL MECES (MARCO ESPAÑOL DE CUALIFICACIONES PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR) DEL TÍTULO.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 6.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

Las actividades formativas, sus metodologías docentes y los sistemas de evaluación empleados permiten la adquisición de los

resultados de aprendizaje previstos por parte de los estudiantes y corresponden al nivel de la titulación especificados en el MECES. La diversidad de actividades formativas (sesiones teóricas, sesiones prácticas y sesiones de experiencia profesional, tanto en el aula como fuera de ella) ha facilitado la consecución de los resultados de aprendizaje, los cuales han podido ser evaluados adecuadamente a partir de los diferentes sistemas de evaluación implantados y definidos en la Memoria de verificación. Tal y como se detalla en la Memoria, los estudiantes realizan diversos trabajos y prácticas de clase, trabajos de desarrollo de mayor extensión y diversas pruebas, a lo largo de las cuatro materias de Distribución comercial avanzada y distribución en ecommerce, Trade marketing y shopper marketing, Estrategias creativas en el punto de venta, y Marketing online, esto junto con la elaboración del Trabajo Fin de Máster calificado por un tribunal nombrado a tal efecto y las Prácticas en Empresa constituye la evaluación de la progresión del alumno en el programa .

Los procesos y gestión de prácticas avalan una adecuación de las mismas a las características del título.

En el caso de la asignatura Trabajo de Fin de Máster, el trabajo es elegido por los alumnos y comunicado al coordinador de la materia, quien debe dar su visto bueno sobre el tema propuesto. Para la elaboración del Trabajo Fin de Máster, dicho coordinador de la asignatura se reúne en tutorías periódicas con el estudiante, le guía y supervisa, tal y como se recoge en la Memoria y en la normativa sobre el Trabajo Fin de Máster que se entrega al alumno. Destacamos positivamente el planteamiento y la ejecución. Los TFM tienen un correcto perfil investigador y hay libertad de elección del TFM dentro de una oferta variada de posibilidades y/o temas de acuerdo con los perfiles del profesorado.

Dado el bajo nº de alumnos se entiende que estén muy bien atendidos. No obstante, ante el incremento progresivo acusado y esperado, se ha creado este curso la figura de tutor por alumno para esta asignatura.

Consideramos que los Trabajos de Fin de Máster se adecuan a las características del título y permiten demostrar la adquisición de las competencias del título por parte de los estudiantes.

Criterio 7. INDICADORES DE RENDIMIENTO Y SATISFACCIÓN

LOS RESULTADOS DE LOS INDICADORES DEL PROGRAMA FORMATIVO SON CONGRUENTES CON EL DISEÑO, LA GESTIÓN Y LOS RECURSOS PUESTOS A DISPOSICIÓN DEL TÍTULO Y SATISFACEN LAS DEMANDAS SOCIALES DE SU ENTORNO.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 7.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

El perfil de ingreso del título es adecuado y mantiene concordancia entre la información de la memoria verificada y la página web.

Debido a que se trata de un título de corta vida, no existe una evolución de sus indicadores. En la única promoción de la que se poseen datos la tasa de éxito ha sido de un 100%.

Los tutores de empresa ha puesto de manifiesto su satisfacción con los estudiantes del título. Comentan que su preparación es muy completa y novedosa. Reconocen que el mercado necesita más perfiles de este tipo en el sector, razón por la que se considera que se puede tratar de un máster pionero.

La satisfacción de los distintos colectivos es elevada. Destacan positivamente la comunicación existente entre los distintos implicados en el desarrollo del título. No existen indicadores sobre la inserción laboral, razón por la que no se puede valorar su adecuación al contexto socio-económico. No obstante, cabe destacar que la Universidad CEU San Pablo puso en marcha en el curso 2014-2015 el Plan Transversal de Empleabilidad, que favorece la interacción entre la universidad y empresas dentro de los diferentes sectores en los que se enmarcan los diferentes títulos ofertados.

Además, los estudiantes de la titulación se benefician la bolsa de empleo de la universidad, que cuenta con 255 empresas registradas. Destacando positivamente el departamento de "carreras profesionales", que permite a los estudiantes acceder a distintas ofertas de trabajo, no sólo como prácticas, sino como egresados una vez finalicen los estudios.

RECOMENDACIONES:

Criterio 3. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD

- 1.- Se recomienda incrementar la participación en las encuestas de satisfacción general con el título y con los servicios para conocer mejor la situación del programa y poder realizar las mejoras que puedan desprenderse de dichas encuestas.
- 2.- Se recomienda adoptar medidas para la difusión y uso del buzón de quejas y reclamaciones.

Criterio 4. PERSONAL ACADÉMICO

1.- Se recomienda adoptar las medidas necesarias para incrementar el número de doctores conforme dispone el R.D. 420/2015.

En Madrid, a 30 de noviembre de 2017

Fdo.: Jesús Sanchez Martos

El Presidente del Comité de Evaluación y Acreditación
