

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Máster en Administración de Empresas (MBA)

9. Sistema de Garantía Interna de Calidad

Informe anual de seguimiento [2022-23]

Seguimiento de Títulos Oficiales

DATOS IDENTIFICATIVOS DEL TÍTULO

NÚMERO DE EXPEDIENTE/NÚMERO RUCT

4316314

DENOMINACIÓN TÍTULO

Master Universitario en Administración de Empresas (MBA)

FECHA DE VERIFICACIÓN INICIAL

Miércoles, 19 septiembre, 2012

UNIVERSIDAD RESPONSABLE

Universidad Autónoma de Madrid

CENTRO EN EL QUE SE IMPARTE

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (MADRID) 28027072

Nº DE CRÉDITOS

60

Elaborado por: Coordinadora del Título Leyla Angélica Sandoval Hamón Vicedecana de Calidad e Innovación Fecha: febrero 2024	Aprobado por: Comisión de Garantía Interna de Calidad Fecha: 20-03-2024	Aprobado por: Junta de Facultad Fecha: 11-04-2024
--	--	---

Contenido

1. Objeto.....	3
2. Alcance.....	3
3. Seguimiento de recomendaciones y plan de mejora	3
4. Resumen de actividades realizadas	8
4.1 Reuniones y coordinación.....	8
4.2 Seminarios y sesiones complementarias	10
5. Organización y desarrollo del MBA	12
5.1. Admisión y matrícula.	12
5.2. Desarrollo del programa formativo.....	14
5.3. Movilidad	19
5.4. Prácticas externas	20
5.5. Rendimiento académico	24
5.6. Abandono	25
5.7. Inserción laboral	25
5.8. Satisfacción	25
5.9. Comunicación y difusión del título (información y transparencia del MBA).....	27
5.10. Recursos materiales y servicios.....	28
5.11. Recursos humanos.....	30
6. Identificación de puntos fuertes y áreas de mejora.....	32
7. Conclusiones.....	33
ANEXO 1.....	34

Documentos asociados:

Informe Anual y Acciones de mejora 2021-22

Renovación de la acreditación informe final. 2022

Plan de acciones de mejora 2022-23

1. Objeto.

El objeto de este documento es realizar un análisis y valoración del desarrollo y evolución de los estudios del Máster en Administración de Empresas (MBA) teniendo en cuenta el informe final favorable de la renovación de acreditación del MBA, recibido con fecha 1 de febrero del 2022, así como las mejoras planteadas en los informes anuales. Las conclusiones darán cabida a un nuevo plan de mejora orientado a subsanar las posibles deficiencias encontradas y a lograr los objetivos propuestos con estos estudios.

En todo caso, con este informe se pretende presentar, desde la Comisión Académica del MBA (CAMBA), la información y valoraciones correspondientes a la promoción del máster 2022-23 con el propósito de atender su compromiso formal con el sistema interno de garantía de calidad de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UAM.

Tal como se indicaba, dado que, a comienzos del año 2022 se emitió el informe final favorable de la renovación de acreditación del MBA, desde la coordinación del título se procedió al análisis y la revisión de todos los aspectos incluidos en dicho informe, así como a corroborar los aspectos que se estaban considerando desde el MBA y desde el área de calidad de la Facultad para seguir ejecutando las acciones de mejora dependiendo de su dimensión.

En este documento se siguen recogiendo y en algunos casos se puede atender directamente los puntos del informe final de la renovación de la acreditación, documento de referencia para el MBA en el curso académico 2022-23.

2. Alcance.

Este documento contempla:

- El análisis del MBA en virtud de los diferentes criterios de evaluación del sistema de acreditación.
- El análisis cuantitativo y cualitativo de la evolución de los indicadores asociados al seguimiento del título.
- La identificación de los puntos fuertes y áreas de mejora del máster.

3. Seguimiento de recomendaciones y plan de mejora

En este curso académico (2022-23) se siguió tomando en cuenta, el informe final de la renovación de la acreditación emitido con fecha 1 de febrero del 2022 para profundizar en la reflexión de la mejora del Máster y continuar solventando algunas de las sugerencias de mejora que se desprenden del citado informe y que, en muchos casos, han sido recogidas expresamente en el plan de mejora del curso 2022-23, al que se da respuesta en este documento.

ACCIONES DE MEJORA CERRADAS

A continuación se exponen las acciones derivadas del plan de mejora 2021-22 a las que se ha dado respuesta y pueden considerarse cerradas.

1.1. Actualizar en la web el CV de personal docente que imparte docencia en el máster: en la página web del MBA, se reestructuró y amplió la presentación de la información que aparece en el apartado de profesorado, incluyendo el acceso al CV de personal que imparte docencia en el máster. Este cambio toda la información disponible en los recursos oficiales que proporciona la UAM.

En la primera parte del apartado, se ha incorporado una tabla que resume la estructura por categorías del personal que imparte docencia en el Máster.

En la segunda parte, se ha incluido una tabla donde se recoge los siguientes aspectos:

- Profesor - Resumen CV (incluye nombre completo del profesor y enlace vinculado a un breve resumen de su CV que cada Departamento publica en la web de la Facultad),
- Categoría - Enlace al Portal Científico (además de la categoría actual del docente, se vincula esta con enlace del portal científico oficial de la UAM donde se puede observar la trayectoria no solo docente sino de investigación de cada docente), y
- Área - Departamento en la Facultad (se indica el área a la que pertenece el docente en la UAM y va vinculado al Departamento del que forma parte).

Desde la coordinación del MBA se está en constante comunicación con el personal técnico de gestión, administración y servicios (PTGAS) encargado de la web del MBA en la Facultad para ir actualizando esta información.

En definitiva, se ha reorganizado el apartado de la web sobre el PDI, para no solo facilitar un CV resumido del profesorado, sino también otros datos relevantes, como la principal producción científica de cada docente.

Ver el apartado de Profesorado dentro de la web del título en la página del centro. [UAM - Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales](#)

1.2. -Hacer seguimiento a través de encuesta sobre el grado de satisfacción de los alumnos con las prácticas: En cuanto al seguimiento del grado de satisfacción de los alumnos con las prácticas, tal como se inició en el pasado curso 2021-22, en las reuniones que mantuvieron la coordinadora del MBA y el responsable de prácticas, se decidió solicitar a los alumnos del perfil profesional la cumplimentación de una encuesta interna sobre el grado de satisfacción de la asignatura, una vez finalizado el periodo de prácticas. Tal como se podrá observar al final del apartado 5.4 del presente informe, en el curso 2022-23 se ha obtenido un 100% de respuestas sobre los 26 alumnos encuestados.

1.3. Reflexión sobre la modificación del título: es un tema tratado principalmente desde la Comisión Académica del MBA, pero visto con la Dirección del Departamento de Organización de Empresas, y el Vicedecano de Posgrado. Esto ha llevado a que la comisión académica del MBA, tuviera alguna reunión específica para ver el proceso a seguir y como conclusión, vea necesario hacer un análisis completo, que pasa por hacer un diagnóstico con datos concretos para luego

valorar en caso tal la posible modificación (así que esta mejora se traslada a ser una mejora sobre la que es necesario seguir trabajando). El punto de partida entonces pasa por ir recabando información tanto de dentro como fuera del título (prestando especial atención a las recomendaciones que se derivan del último informe final de renovación de acreditación, de principios del 2022). De tal manera, que se pueda ver la evolución del título y tener en cuenta los cambios del entorno dentro del análisis.

ACCIONES DE MEJORA SOBRE LAS QUE SE CONSIDERÓ NECESARIO SEGUIR REFLEXIONANDO:

1. Reflexión sobre la modificación del título: la comisión académica del Máster ha visto oportuno hacer un análisis completo que pasa por hacer un diagnóstico vinculado con el programa. El punto de partida de este diagnóstico pasa por ir recabando información tanto de dentro como fuera del título (prestando especial atención a las recomendaciones que se derivan del último informe final de renovación de acreditación, de principios del 2022). De tal manera, que se pueda ver la evolución del título y tener en cuenta los cambios del entorno dentro del análisis.
2. Analizar las debilidades y recomendaciones detectadas en el informe final de acreditación para ir atendéndolas: Esta revisión se hace por parte de la coordinadora del MBA al leer con detenimiento cada uno de los aspectos indicados en el informe final de renovación de la acreditación. Esto permite ir poniendo en común los puntos positivos y de mejora tanto con la comisión académica del MBA, como con la Vicedecana de Calidad para atender las sugerencias que se derivan de estas valoraciones y potenciar los puntos positivos.
Esta reflexión va alineada con la apertura de un proceso de reflexión para analizar la situación del Título.
3. Promover el perfil investigador: Este curso se ha seguido en la línea de favorecer el perfil investigador, por ejemplo: dentro de la sesión informativa de Máster organizada por el Vicedecano de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (CC.EE. y EE.) de la UAM, (despejando dudas y comentando las posibles salidas profesionales para los de este tipo de perfil) al poco de abrirse el proceso de aplicación a los títulos de Posgrado.
De esta manera, se va dando una mayor promoción en la oferta del perfil investigador al indicar las diferentes salidas profesionales del mismo y así hacerlo más atractivo. No obstante, en este curso no tuvo la misma repercusión del curso anterior.
4. En el proceso de selección de candidatos de acceso al MBA se analizan los perfiles y el nivel de español para que puedan cursar el MBA. En este sentido, se ha seguido notando una mejora en el proceso de selección.
5. El Departamento de Organización de Empresas, con respecto a su situación y la capacidad de PDI para cubrir toda la oferta académica del curso 2022-23, concluyó la necesidad de ajustar la oferta del máster. Una de las asignaturas que se decidió no ofertar fue la optativa 32478, *Gobierno del conocimiento, capital intelectual y aprendizaje organizativo* y por eso no aparecerán datos de la misma dentro de este informe.

Respecto a las asignaturas del complemento de formación del MBA, el dato de matriculados ha mejorado con respecto al curso anterior (Ver apartado 5.1. Acceso y admisión).

Respecto al perfil investigador, aunque se sigue trabajando para fortalecer su oferta, tal como se ha comentado anteriormente, no se han obtenido los resultados esperados en este curso. La coordinadora del MBA, buscando otra manera de llegar a más público, vio oportuno proponer crear un video explicativo sobre los tipos de perfiles del máster (con algunos de los docentes que imparten clase en los mismos), dando prioridad en el video al perfil investigador para que cualquier persona interesada en el MBA, al acceder a la página web, pueda conocer los beneficios de cursar uno y otro perfil. Al mismo tiempo, en el proceso de admisión se ha seguido favoreciendo el acceso a los estudiantes que han indicado este perfil, dado que la que no es un perfil muy solicitado, en parte por cómo ha ido cambiando la demanda del mercado al respecto. No obstante, se va informando a la Comisión del Máster, para considerarlo en el proceso de reflexión en la CAMBA (dado que depende de la experiencia/perfil que tengan los candidatos que apliquen y ésta varía cada curso).

6. Encuestas:

Continuar propiciando el aumento del índice de participación en las encuestas de evaluación de estudiantes y profesores. Este reto se mantiene vigente, siendo una preocupación generalizada en la Facultad (SGIC) y la coordinación del Máster. En este sentido, la coordinación, dado el buen resultado del curso anterior, sigue fomentado una mayor implicación de la delegada y del subdelegado del MBA en el proceso de apoyo para la cumplimentación de las encuestas (dado que es una de sus funciones como representantes del Máster). Además, se sigue pidiendo a los profesores que reserven tiempo específico al final de las asignaturas para que los estudiantes puedan realizar las encuestas y que, en la medida de lo posible, vayan haciendo al mismo tiempo un seguimiento directo a través del “ámbito de encuesta” (que permite ver el grado de cobertura actualizado) que facilita Sigma/Moodle y así saber si se ha conseguido mejorar la participación. Este curso también se ha recordado de forma reiterada la necesidad e importancia de su participación mediante correos electrónicos por parte de la coordinadora del Máster y del Vicedecanato de Calidad. Se ha complementado a través de reuniones con estudiantes y profesores al finalizar cada tramo del MBA, además de lanzar encuestas propias del MBA.

En la siguiente tabla resumen de los datos se refleja que este curso 2022-23 sigue obteniéndose un buen grado de respuesta en la cobertura de las encuestas oficiales de la UAM.

Tabla 1- Cobertura				
Estudios	Código plan	ENCUESTA SOBRE	SEMESTRE 1	SEMESTRE 2
MBA	607	ASIGNATURA	63,9%	74,5%
MBA	607	PROFESOR	72,2%	74,5%
MBA	607	PLAN		43,9%

En este apartado vale la pena indicar que se han detectado que en las encuestas de moodle/sigma relacionadas con prácticas y TFMs, no se ha logrado obtener resultados

significativos (2, tanto en TFM como en prácticas) dado que son encuestas que se cumplimentan justo al finalizar el MBA, así que es un aspecto que se considera para seguir mejorando en los siguientes cursos.

6.1. Desde el MBA se consideró oportuno seguir potenciando la recogida de opinión de los alumnos. Se sigue empleando el formato (ver anexo 1) que se ha rellenado con la opinión de los estudiantes en una sesión presencial de coordinación al final de cada tramo (trimestre). Esta herramienta pretende complementar el esquema oficial UAM de encuestas. Como se verá más adelante, la información recogida es compatible con la facilitada por la Unidad de Calidad de los Estudios.

6.2. Respecto a la empleabilidad del título, se dispone de la información que facilita la UAM a través de su Observatorio de empleabilidad y se complementa con la información que facilitan los tutores de prácticas, que se analiza anualmente desde la coordinación de prácticas.

6.3. El equipo Decanal considera relevante conocer de primera mano las inquietudes del personal de apoyo de la Facultad, alternando la recogida de información cualitativa y cuantitativa. Es decir, las encuestas al PTGAS se combinan con encuentros a lo largo del curso con los integrantes de este colectivo. Se mantienen reuniones con los gestores de los departamentos sobre temas como archivo de documentación (TFG, memorias, exámenes) y con el servicio de gestión de alumnos para matrícula, reconocimiento de créditos, recogida de sugerencias, encuesta de egresados, etc.

6.4. Encuestas a egresados: Cuando los alumnos acuden a recoger su título, se les ofrece la posibilidad de realizar una encuesta en Gestión de Alumnos. El incremento en la seguridad en los sistemas informáticos de la UAM ha dificultado el acceso a la encuesta desde dispositivos externos a la universidad, obstaculizando la recogida de esta información.

7. La coordinación del Máster ha continuado promoviendo la realización de actividades (más cuando el MBA cumplía 10 años durante el curso 2022-23) tanto en reuniones con los profesores del MBA como a través de correo electrónico. (Para más detalle al respecto ver apartado 4.2 sobre seminarios y actividades complementarias).
8. La información de la empleabilidad del título se obtiene en parte del Observatorio de empleabilidad y se complementa con la información que facilitan los tutores de prácticas, que se analiza anualmente desde la coordinación de prácticas. El informe del responsable de las prácticas incluye valoración de estudiantes, tutores académico y profesional. En relación con el punto en concreto de empleabilidad/expectativas de trabajo, más del 84% de los estudiantes han reconocido que la empresa donde realizó la empresa les ha ofrecido la posibilidad de continuar en la empresa. No obstante, de esas ofertas el 53% termina vinculado a la empresa en la que realizó las prácticas.

En general, como acciones de mejora continua también se seguirá actualización la página web del Máster, teniendo en cuenta las directrices facilitadas por el vicedecano de posgrado y de la vicedecana de calidad, y prestando especial interés a la no duplicidad de información y a una navegación amigable.

Además, se ha observado que se mantiene el número de solicitudes de información a través del email de información general del Máster, principalmente en la época de acceso al máster. Se contesta a todas con el apoyo del personal de administración del departamento.

4. Resumen de actividades realizadas

El máster ha cumplido con su cometido tanto en el ámbito de la Comisión de Garantía de Calidad (CIGC) de la Facultad como en la Comisión de Estudios de Posgrado. Además, como se muestra en este informe, se analizan las ediciones del MBA con criterio, estudiando los indicadores disponibles y las incidencias, tratando de implantar una filosofía de mejora continua donde es básica la identificación de cambios para hacer del máster un proceso de aprendizaje de mayor calidad.

4.1 Reuniones y coordinación.

Este curso académico 2022-2023 se mantuvieron reuniones a diferentes niveles. Se desarrollaron con la frecuencia temporal habitual (incluso se organizaron algunas reuniones adicionales debido al cambio en la coordinación del título).

4.1.1. A nivel general de Universidad

Antes de comenzar el curso la coordinación del MBA se reunió con diferentes instancias universitarias (autoridades y servicios) para buscar estar alineados y mejor preparados para el inicio del curso académico. Por ejemplo, se realizó una reunión con el Jefe de Servicio del Centro de Estudios de Posgrado y personal que gestionaba el proceso administrativo de acceso al MBA.

Al poco tiempo de empezar el curso 2022-23, se participó en una reunión técnica informativa sobre permanencia en estudios oficiales de Máster convocada por el Consejo Social que tenía como principal objetivo informar a los coordinadores de Máster sobre los pormenores del procedimiento de Permanencia de la UAM, dado su papel como intermediario más directo entre los estudiantes y la universidad.

4.1.2. A nivel de Centro

La coordinación de este Máster participó como miembro en las Comisiones de Docencia de Estudios de Posgrado y de Garantía Interna de Calidad (de la que también forma parte el delegado del título) de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, tal como puede comprobarse en las actas de las citadas comisiones y en los documentos que elabora el Decanato del Centro. También mantiene contacto continuo y directo con los Vicedecanos de Calidad y Posgrado para todo tipo de cuestiones que puedan surgir a lo largo del curso (guías docentes, oferta formativa, calendario de exámenes, etc.).

4.1.3. A nivel de Máster:

Reunión de la Coordinadora con los estudiantes:

Con los estudiantes del máster, como viene siendo habitual, se realizaron los siguientes contactos: además del acto inaugural/bienvenida, se mantuvo un contacto estrecho y continuado durante todo el curso 2022-23 cuando fue necesario. Además, se realizó una reunión (recogiendo retroalimentación) con los alumnos del MBA al finalizar cada tramo, es decir, complemento, tramo

1, 2 y 3 del máster. Para potenciar este ejercicio de opinión se continua con un formato (ver anexo 1). Esta herramienta pretende complementar el esquema oficial UAM de encuestas.

La coordinadora del máster organizó las elecciones de delegado y subdelegado de curso para que se celebraran en una sesión de clase. La coordinadora estuvo en permanente contacto con ambos para explicar sus funciones, aclarar dudas, recibir comentarios y sugerencias sobre el funcionamiento del máster. Estas figuras son relevantes en el título por su labor de colaboración con el profesorado para organizar el calendario de pruebas de evaluación continua y entregas, de forma que se distribuyan a lo largo de todo el curso. Además, de ser un buen apoyo para motivar a los estudiantes a cumplimentar las encuestas tanto internas como de Moodle/Sigma del MBA.

Reunión con Equipo docente:

Los temas vinculados con los asuntos de coordinación del MBA también deben cumplir los compromisos de contacto con los profesores del Máster. Como viene siendo habitual, se mantuvo continua comunicación por correo, además de:

Reunión y/o encuesta con los profesores del MBA con el fin de conocer sus opiniones sobre el grupo, la edición y el máster en general.

Reuniones de la CAMBA:

Se realizaron 5 a lo largo del curso, en las que se trataron los temas relevantes para el máster: proceso de admisión, actos de bienvenida y graduación, desarrollo del proceso formativo (incluyendo incidencias), trabajo de fin de máster (TFMs), las prácticas, y por último, pero no menos importante, las observaciones y sugerencias a raíz del proceso de acreditación (lo cual permite afianzar en la reflexión del análisis de la situación del máster) etc.

En este curso, por ejemplo, en el mes de septiembre se celebró una reunión inicial de la CAMBA donde la coordinadora del título planteó temas principales como: la actualización de la CAMBA dado que algunos miembros no estarían vinculados con el MBA y ordenar el arranque del máster, recordando las mejoras identificadas en la edición anterior. Como pauta general, las reuniones de la CAMBA se han producido en los momentos formalmente definidos en su reglamento, a saber, inicio y final del MBA, al margen de las convocatorias para temas específicos que fueron atendiendo algunos adicionales como los siguientes:

- MBA 2022-23, particularidad de cumplir 10 años.
- Atención de casos particulares de estudiantes.
- Seguimiento de la situación de las asignaturas de baja ocupación y del perfil investigador.
- Seguimiento sobre informe definitivo del proceso de acreditación.
- Promoción de la implicación en los TFMs de todos los profesores del MBA y solventar incidencia en el desarrollo del proceso.
- Seguimiento sobre la evolución del proceso de las prácticas del MBA.
- Atención y respuesta sobre Nuevo Real Decreto 822/2021: ramas/ámbitos
- Debate sobre la opinión de estudiantes y profesores tras sesiones de coordinación con ambos colectivos.

- Proceso de reflexión sobre la situación del MBA, recomendaciones derivadas del proceso de acreditación y el futuro del máster.

Se sigue contando con el responsable de prácticas y de TFM's del MBA en la CAMBA por lo acertado que se ha visto este asunto para agilizar muchas gestiones y decisiones.

Los acuerdos adoptados en las reuniones de la CAMBA, con profesores y con estudiantes se trasladan a las correspondientes actas, que la coordinación del máster archiva en el gestor documental de la UAM (GeDoc).

4.2 Seminarios y sesiones complementarias

En el mes de septiembre como es habitual, se siguió con la ejecución del presupuesto establecido para el año natural, 2022. Además, en octubre se informó a los profesores del MBA de la necesidad de establecer las partidas que se incluirían en el presupuesto del siguiente año natural 2023 (se recuerda que los recursos solicitados tienen un ajuste de año natural y no de curso académico para seguir creando un mayor compromiso con el consumo de estos recursos por parte de los profesores del máster).

Tal como se comentaba anteriormente, se fomentó la realización de seminarios y salidas (más cuando se cumplen los 10 años del MBA) no solo en las reuniones de profesores sino por correo electrónico. En ese sentido, en el curso 2022-23 se siguió enriqueciendo la formación del MBA con actividades específicas, la mayoría relacionadas con docencia externa y seminarios de investigación en temas como: gestión del conocimiento, economía colaborativa, gestión de empresas, habilidades directivas, emprendimiento, ética empresarial, método de investigación, innovación, transformación digital y finanzas)

Tabla 2- Seminarios			
Nº	Título para sesión en Docencia externa	Ponente	Fecha
1	Pensamiento estratégico. Nueva mirada sobre las organizaciones	Alejandro Fernandez de las Peñas	13/09/2022
2	MBA Marca Personal_Parte I	Diego Carmena Villar	20/09/2022
3	Caso empresa APODEMIA	Jaime Landeta Rózpide	06/10/2022
4	MBA Marca Personal_Parte II	Diego Carmena Villar	28/10/2022
5	Seminario: Gestión de equipos	Andrés Cadenas	28/10/2022
6	Cultura de innovación y Creatividad	Reinaldo Plaz Landaeta	04/11/2022
7	Estrategia de Recursos Humanos: HR Analytics I	David Aguado García	18/11/2022
8	Innovación/Transformación Digital / Economía Colaborativa	Reinaldo Plaz Landaeta	25/11/2022
9	Presentación de El Parque Científico de Madrid (PCM) y sus empresas	Carmen Gilabert	18/11/2022
10	Innovación: Presentación y debate sobre casos reales	Aarón Goltzman	01/12/2022
11	Estrategia de Recursos Humanos: HR Analytics II	David Aguado García	02/12/2022

Tabla 2- Seminarios			
Nº	Título para sesión en Docencia externa	Ponente	Fecha
12	Prácticas en negociación	Jaime Palacios Hornillos	07/12/2022
13	La Responsabilidad Social Corporativa en Renault-Tanger	Anouar Bakkali	15/12/2022
14	Taller hoja de cálculo de modelado de negocio	Fernando Moroy	16/12/2022
15	El propósito de la persona emprendedora	Rosario Arjona Doblas	08/02/2023
16	Organizaciones exponenciales, Start-ups y cómo emprender desde la experiencia	Rubén Berrocal Navacerrada	09/02/2023
17	Inteligencia Emocional	Rosario Arjona Doblas	09/02/2023
18	Actividad Liderazgo. Comunicación	Adelardo Rafael Sánchez Cano	23/02/2023
19	ComuniCRACK. Comunicación a través de gamificación	Juan Jesús Valera Mariscal	09/03/2023
20	J3 Ayllón: Aplicando la Contabilidad de Gestión en una pyme española.	Jesús Ayllón Jiménez	17/03/2023
21	Transformación digital Parte I	José A. Ureta	17/03/2023
22	Transformación digital Parte II	José A. Ureta	18/03/2023
23	Trabajo en equipo: Preferencias	María del Mar Durán Ponce	23/03/2023
24	La importancia del liderazgo en la gestión de equipos de alto rendimiento	Sandra Martin Garcia	24/03/2023
25	La entrevista en los procesos de selección de personal	Virginia Arranz Monje	13/04/2023
26	Nuevas tendencias en investigación en Organización de Empresas: Gestión del conocimiento, transformación digital e innovación. Parte I	Fátima Guadamillas Gómez	19/05/2023
27	Nuevas tendencias en investigación en Organización de Empresas: Gestión del conocimiento, transformación digital e innovación. Parte II	Mario Javier Donate Manzanares	19/05/2023
28	Presentaciones eficaces: TFM-MBA y Congresos.	Pedro Sigüenza Pizarro	26/05/2023

Además de estas sesiones, en el curso 2022-23 se trabajó con la metodología de e-ADN para enriquecer el perfil laboral del estudiantado, dado que sirve para el autoconocimiento y mejorar la comunicación emocional de los estudiantes).

Los estudiantes del MBA pudieron conocer de primera mano las instalaciones del Parque Científico de Madrid, dado que se organizó una visita para así acercarlos más al contexto por donde se ubican algunas empresas y conocer las ventajas de este tipo de ambientes.

Se hace necesario insistir en el pleno cumplimiento de los compromisos planteados por los profesores del MBA con las actividades previstas inicialmente. Por tanto, sigue en pie una acción de mejora en este aspecto.

5. Organización y desarrollo del MBA

Con un propósito de valoración más objetiva se exponen a continuación diferentes tablas con indicadores y sus resultados teniendo en cuenta su posible comparación temporal.

5.1. Admisión y matrícula.

El calendario de admisión y matrícula de másteres oficiales de la UAM, curso 2022-23, se siguió de acuerdo con lo aprobado por el Consejo de Gobierno de 17 de diciembre de 2021 para aplicación y matrícula de estos estudios.

En el caso del MBA los datos del proceso de acceso y matrícula se presentan en la siguiente tabla:

Área académica 2022-23			
	Curso 22-23	Curso 22-21	Desv. (%)
MÁSTER UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS UAM (4313614)			
Tabla 3. Acceso y admisión			
Nº de estudiantes de nuevo ingreso	32	33	-3,03%
Oferta de plazas	40	40	0,00%
Nº total de solicitudes	206	232	-11,21%
Cobertura de plazas para máster	80,00%	82,50%	-3,03%

El MBA mantiene una demanda importante, aunque se ha reducido ligeramente con respecto al curso inmediatamente anterior. Se ofertan 40 plazas, si bien las incidencias de última hora penalizan mucho el proceso de admisión, estando la matrícula en cifras similares a las del curso anterior (32 estudiantes de nuevo ingreso). Hay que tener en cuenta que es habitual que el grupo aumente con estudiantes incoming y algún estudiante del curso anterior que matriculado a tiempo parcial.

En general el MBA se cursa a tiempo completo, cuestión que requiere una concienciación clara del estudiante del máster y que se cuida especialmente, teniendo en cuenta que la formación no sólo se produce en el aula, sino que hay un trabajo autónomo del estudiante reconocido en las guías docentes que es preciso cumplir.

Un aspecto importante del MBA es su nivel de internacionalización, con una cifra importante de participantes de fuera de España, principalmente de Latinoamérica. El prestigio de la UAM y el precio del MBA resultan muy atractivos en dicho ámbito geográfico y cada vez llegan más y mejores expedientes desde esa zona del mundo. Este es un asunto para reflexionar en la CAMBA dados sus impactos en la estrategia de posicionamiento, admisión, etc.

Profundizando en el contexto de la admisión y los criterios a aplicar, la memoria de verificación señala que, en caso de que la demanda de plazas supere a la oferta, los criterios de selección serán los siguientes, adicionales a estar en posesión de un título de grado:

- Currículum académico y/o profesional del candidato.

- Carta de motivación.
- Nivel de conocimientos de inglés.
- Nivel de conocimientos de informática de gestión y aplicaciones estadísticas.

Dado el elevado número de solicitantes que cumplen estos requisitos, se considera especialmente relevante:

- Que los candidatos tengan los estudios de grado finalizados en el momento de ser admitidos.
- La selección del MBA en primera opción por el candidato.
- La trayectoria profesional.
- El perfil seleccionado.

El proceso de admisión y matriculación dio lugar a un grupo diverso en su distribución por nacionalidades, edades y estudios, lo que generó dinámicas muy enriquecedoras entre recién titulados y personas con mayor trayectoria.

Por disciplina / titulación de procedencia, en la tabla 4 se puede observar que casi un tercio de los admitidos en el curso 2022-23 proceden de titulaciones de un ámbito diferente a la economía y gestión (Derecho, Ciencias Políticas, Lenguas modernas, Ingenierías, etc.).

Tabla 4: Titulación de procedencia	Nº
Derecho	2
Ciencias Políticas	1
Administración y Dirección de Empresas	12
Administración y Finanzas	3
Contador público/contabilidad	2
Ingenierías	5
Estadística	1
Turismo	1
Economía	2
Lenguas modernas	1
Negocios internacionales	1
Ciencias de la comunicación	1

La procedencia geográfica también ha sido diversa, tal como se observa en la tabla 5:

Tabla 5: Procedencia (Nº)	
Argentina	1
Boliviana	2
Colombiana	3
Costarricense	1
Cubana	1
Española	10
Italiana	1
Mexicana	3
Nicaragüense	1
Peruanos	8
Uruguay	1

En general, el reparto de estudiantes de primera matrícula para el curso 2022-23 fue el siguiente:

Tabla 6. Número de estudiantes en primera matrícula			
Código asignatura	Asignatura	Tipo de la asignatura	Total estudiantes primera matrícula
32459	ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN CONTABLE	OB	11
32461	ANÁLISIS ECONÓMICO Y EMPRESARIAL	OB	11
32475	CONTABILIDAD DE GESTIÓN	OP	7
32470	DERECHO DE LA EMPRESA	OB	31
32463	DIRECCIÓN DE OPERACIONES Y CALIDAD	OB	33
32472	DIRECCIÓN DE PERSONAS Y COMPORTAMIENTO ORGANIZATIVO	OB	31
32457	DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	OB	11
32469	EMPRENDIMIENTO, EMPRESA FAMILIAR Y CREACIÓN DE EMPRESAS	OB	31
32460	ESTRATEGIA DE MARKETING	OB	11
32462	ESTRATEGIA E INNOVACIÓN EMPRESARIAL	OB	32
32468	ÉTICA, GOBIERNO DE LA EMPRESA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	OP	12
32458	FINANZAS PARA DIRECTIVOS	OB	11
32471	FISCALIDAD DE LA EMPRESA	OB	32
32478	GOBIERNO DEL CONOCIMIENTO, CAPITAL INTELECTUAL Y APRENDIZAJE ORGANIZATIVO	OP	No ofertada
32465	INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA	OB	32
32477	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	OP	15
32464	MÉTODOS CUANTITATIVOS DE GESTIÓN	OB	33
32479	PRÁCTICAS EN EMPRESAS	OB	26
32476	SIMULACIÓN DE GESTIÓN EMPRESARIAL	OP	22
32467	SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y DECISIÓN	OP	20
32474	SOCIOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES	OP	9
32473	TALLER DE HABILIDADES DIRECTIVAS (COACHING)	OB	31
32466	TALLER DE HABILIDADES DIRECTIVAS (NEGOCIACIÓN Y COMUNICACIÓN)	OB	33
32480	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN EN ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	OP/OB	5
32481	INTRODUCCIÓN AL TRABAJO DE FIN DE MÁSTER	OP/OB	5
32483	TRABAJO FIN DE MASTER (PERFIL INV.)	TFM	32
32482	TRABAJO FIN DE MASTER (PERFIL PROF.)	TFM	7

En esta tabla de resumen de número de matriculados curso 2022-23 aunque se siguió reforzando la promoción del perfil investigador, dado los cambios del mercado, hay menos solicitudes al respecto y en efecto pocos matriculados. Dada la situación la coordinadora lo trasladó a la comisión del MBA, además de buscar incluir la estrategia (mencionada en el apartado de acciones de mejora) de crear un video sobre perfiles dando prioridad al perfil investigador.

5.2. Desarrollo del programa formativo

Las actividades del MBA se desarrollaron con normalidad y en formato totalmente presencial.

El promedio de las tasas de rendimiento y éxito¹ de todas las asignaturas son superiores al 98% y la calificación media es de 8,02. Estos muestran una mejora con respecto al curso inmediatamente anterior.

Tabla 7. Resultados por asignatura					
Asignatura	Tipo	Tasa de rendimiento	Tasa de éxito	Tasa de rendimiento en 1ª mat.	Nota media
32457 - DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	CF	100,00 %	100,00 %	100,00 %	8,48
32457 - DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	LE	100,00 %	100,00 %	100,00 %	8,90
32458 - FINANZAS PARA DIRECTIVOS	CF	100,00 %	100,00 %	100,00 %	7,67
32458 - FINANZAS PARA DIRECTIVOS	LE	100,00 %	100,00 %	100,00 %	9,15
32459 - ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN CONTABLE	CF	100,00 %	100,00 %	100,00 %	7,10
32460 - ESTRATEGIA DE MARKETING	CF	100,00 %	100,00 %	100,00 %	8,09
32460 - ESTRATEGIA DE MARKETING	LE	100,00 %	100,00 %	100,00 %	8,80
32461 - ANÁLISIS ECONÓMICO Y EMPRESARIAL	CF	100,00 %	100,00 %	100,00 %	7,04
32461 - ANÁLISIS ECONÓMICO Y EMPRESARIAL	LE	100,00 %	100,00 %	100,00 %	7,00
32462 - ESTRATEGIA E INNOVACIÓN EMPRESARIAL	OB	100,00 %	100,00 %	100,00 %	6,70
32463 - DIRECCIÓN DE OPERACIONES Y CALIDAD	OB	100,00 %	100,00 %	100,00 %	8,24
32464 - MÉTODOS CUANTITATIVOS DE GESTIÓN	LE	100,00 %	100,00 %	100,00 %	7,80
32464 - MÉTODOS CUANTITATIVOS DE GESTIÓN	OB	100,00 %	100,00 %	100,00 %	8,42
32465 - INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA	LE	100,00 %	100,00 %	100,00 %	9,35
32465 - INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA	OB	100,00 %	100,00 %	100,00 %	8,68
32466 - TALLER DE HABILIDADES DIRECTIVAS (NEGOCIACIÓN Y COMUNICACIÓN)	OB	100,00 %	100,00 %	100,00 %	8,81
32467 - SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y DECISIÓN	LE	100,00 %	100,00 %	100,00 %	9,30

¹ Tasa de rendimiento (Nº de créd.superados/Nºde créd.matriculados)

Tasa de éxito (Nº de créd.superados/Nº de créd.presentados)

Tasa de rendimiento en 1ª mat. (Nº de créd. superados 1ª mat./Nº de créd. matriculados 1ª mat)

Tabla 7. Resultados por asignatura					
Asignatura	Tipo	Tasa de rendimiento	Tasa de éxito	Tasa de rendimiento en 1ª mat.	Nota media
32467 - SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y DECISIÓN	OP	100,00 %	100,00 %	100,00 %	8,54
32468 - ÉTICA, GOBIERNO DE LA EMPRESA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	LE	100,00 %	100,00 %	100,00 %	8,65
32468 - ÉTICA, GOBIERNO DE LA EMPRESA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	OP	100,00 %	100,00 %	100,00 %	8,28
32469 - EMPRENDIMIENTO, EMPRESA FAMILIAR Y CREACIÓN DE EMPRESAS	OB	100,00 %	100,00 %	100,00 %	7,64
32470 - DERECHO DE LA EMPRESA	OB	100,00 %	100,00 %	100,00 %	6,66
32471 - FISCALIDAD DE LA EMPRESA	OB	100,00 %	100,00 %	100,00 %	8,42
32472 - DIRECCIÓN DE PERSONAS Y COMPORTAMIENTO ORGANIZATIVO	OB	100,00 %	100,00 %	100,00 %	7,53
32473 - TALLER DE HABILIDADES DIRECTIVAS (COACHING)	OB	100,00 %	100,00 %	100,00 %	9,30
32474 - SOCIOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES	OP	100,00 %	100,00 %	100,00 %	8,53
32475 - CONTABILIDAD DE GESTIÓN	OP	100,00 %	100,00 %	100,00 %	7,11
32476 - SIMULACIÓN DE GESTIÓN EMPRESARIAL	OP	100,00 %	100,00 %	100,00 %	7,94
32477 - INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	OP	100,00 %	100,00 %	100,00 %	8,07
32478 - GOBIERNO DEL CONOCIMIENTO, CAPITAL INTELLECTUAL Y APRENDIZAJE ORGANIZATIVO	OP	100,00 %	100,00 %	100,00 %	8,50
32479 - PRÁCTICAS EN EMPRESAS	OP	100,00 %	100,00 %	100,00 %	7,83
32480 - METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN EN ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	LE	100,00 %	100,00 %	100,00 %	9,60
32480 - METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN EN ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS	OP	100,00 %	100,00 %	100,00 %	7,34
32481 - INTRODUCCIÓN AL TRABAJO FIN DE MÁSTER	OP	100,00 %	100,00 %	100,00 %	8,80
32482 – TFM (PERFIL PROFESIONAL)	TFM	93,75 %	100,00 %	92,31 %	7,60
32483 – TFM (PERFIL INVESTIGADOR)	TFM	71,43 %	100,00 %	80,00 %	8,48
		98,92 %	100,00 %	99,17 %	8,02

En lo que respecta al TFM, en el curso académico 2022-23, aproximadamente el 54% de los estudiantes que lo presentaron obtuvieron una calificación de notable y el 32% obtuvo una calificación entre 9 y 10, es decir, sobresaliente. Todo ello indica que se han alcanzado unos resultados de aprendizaje plenamente satisfactorios. Hay que mencionar que, en esta promoción 2022-23, de los 31 estudiantes (1 de los estudiantes tuvo que posponer el tercer y cuarto trimestre por motivos personales) matriculados en el TFM (sin contar los TFMs rematriculados de la promoción 2021-22 y otras promociones anteriores), lo defendieron 28, es decir, aproximadamente un 90%. Este dato confirma que se ha conseguido en esta promoción incrementar la cifra de estudiantes que han completado el Máster.

A continuación, en la tabla 8 se presenta el número de TFMs defendidos y no defendidos en el curso 2022-23, teniendo en cuenta otras tres promociones, hasta la promoción 2018-19.

Tabla 8. Datos generales de los TFMs				
	PROMO 2022-23	PROMO 2021-2022	OTRAS PROMOS	TOTAL
DEFENDIDOS	28	4	3	35
NO DEFENDIDOS	3	1	19	23
Nº TOTAL DE ESTUDIANTES	31	5	21	57
% TOTAL TFMS DEFENDIDOS	90%	80%	14%	

Los trabajos realizados se han enfocado en temáticas muy variadas, todas ellas dentro del ámbito de la administración de empresas: marketing, dirección estratégica, financiación, recursos humanos, operaciones, innovación, ética y R.S.C., etc. La tutorización de los trabajos es realizada por profesores del MBA pertenecientes a diferentes departamentos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. La información sobre la promoción 2022-23, de la promoción 2021-20 y de otras promociones cuyos trabajos fueron defendidos en el curso 2022-23 aparece a continuación:

Tabla 9. Trabajos presentados de la promoción 2022-23		
Título	Calificación	
Factores que influyen en la movilidad internacional del talento en América Latina y España. Tendencias futuras	8,3	Notable
Modelo de Negocio: Creación de una empresa de comercialización de repuestos para motos y vehículos en Nicaragua	7,3	Notable
Ética en la era de la Inteligencia Artificial: análisis de sus implicaciones en el ámbito educativo y laboral.	9,6	Sobresaliente
Creación de idea de negocio para empresa cafetalera enfocada en el sector turístico	9,0	Sobresaliente
Diseño de un modelo de indicadores clave de gestión para medir y analizar la innovación en las organizaciones	8,5	Notable

Tabla 9. Trabajos presentados de la promoción 2022-23

Título	Calificación	
Determinar los factores influyentes en rendimiento académico de los estudiantes matriculados y de nuevo acceso a la UAM en el 2020-2021	9,0	Sobresaliente
COVID y recursos humanos urbanos. La atracción de talento a las grandes ciudades antes y después de la COVID-19.	9,0	Sobresaliente
Una mirada a la innovación social en Colombia	7,0	Notable
Agencia de Publicidad a través modelo CANVA	6,3	Aprobado
Análisis cualitativo de la idea de negocio de un Restaurante Híbrido Deportivo a través del Business Model Canvas	8,0	Notable
Análisis económico-financiero Netflix vs Spotify, en el periodo 2019-2021. Evolución pre-pandemia hasta post-pandemia.	8,1	Notable
Propuesta reforma fiscal: Argentina	9	Sobresaliente
Factores determinantes para la elección de la Universidad Autónoma de Madrid por estudiantes latinoamericanos en sus estudios de máster	8,8	Notable
“Fallos y retos en la regulación y supervisión del sistema bancario”	7,5	Notable
Educación e inclusión financiera analizada por generaciones: Caso España	9,4	Sobresaliente
Análisis exploratorio sobre responsabilidad social corporativa desde la igualdad de género en el sector bancario español	5,1	Aprobado
Revisión sistemática de la literatura sobre desarrollos de infraestructura aeroportuaria y sus impactos económicos, socioeconómicos, ambientales y de sostenibilidad.	9,4	Sobresaliente
Plan estratégico para lácteos Ovejero	7	Notable
Tipos de financiación de nuevas empresas de base tecnológica (NEBT) en función de su ciclo de vida	7,8	Notable
El emprendimiento según género e intención en los estudiantes de la Universidad Autónoma de Madrid	9	Sobresaliente
Análisis de un modelo de negocio de hostelería en el sector turístico rural en España y su posible aplicación en la Sierra de Zongolica, Veracruz, México.	8	Notable
Modelo dinámico de previsión del mercado automotriz español	8,5	Notable
Gestión de conocimiento en estudios jurídicos del Perú	7	Notable
La Inteligencia Artificial, su Influencia en los negocios comerciales y su oportunidad de implementación en las empresas de tipo Marketplace B2C	6,2	Aprobado
Impacto de las dinámicas de gestión del conocimiento en la capacidad de innovación de una empresa de fidelización de clientes	7,6	Notable
Propuesta de guía para un modelo de negocio de restauración sostenible	9,5	Sobresaliente
Desarrollo de una app con tecnología matching para facilitar la compra-venta de inmuebles entre particulares.	8	Notable
Análisis de los factores que influyen en el absentismo laboral por baja médica en el personal civil del Ministerio del Interior en Perú durante el periodo de Enero 2020 a Mayo 2023	5,3	Aprobado

Tabla 9. Trabajos presentados de la promoción 2022-23		
Título	Calificación	
Los Modelos de Negocio Basados en la Economía Colaborativa: Un estudio comparado de Uber y DiDi Chuxing	6,5	Aprobado
Modelo de plataforma online educativa optimizada y adaptada para freelancers	7,3	Notable
Internationalization Plan in Spain, of a Company dedicated to Land Transportation of merchandise. Plan de Internacionalización en España, de una Empresa dedicada al Transporte Terrestre de Mercancías.	5,5	Aprobado
Estudio de la Viabilidad del “Live Commerce” en España	8,2	Notable

Tabla 10. Trabajos presentados de otras promociones anteriores		
Título	Calificación	
Análisis de datos en la toma de decisiones empresariales. Creación de un cuadro de mando para un departamento de ventas.	9,0	Sobresaliente
Creación y desarrollo de PYMES en Monterrey: análisis del contexto y comparativa con Madrid.	5,2	Aprobado
Estudio de la estrategia empresarial de axa tianping insurance company: desafíos y oportunidades para las empresas extranjeras en el mercado chino de seguros.	6	Aprobado

5.3. Movilidad

Como viene siendo habitual, el MBA debe tener en cuenta las solicitudes de asistencia a asignaturas específicas de alumnos de Erasmus u otros casos “incoming” para no traspasar la capacidad del aula y poder promover estos casos de solicitud de participación que propone la oficina de relaciones internacionales de la Facultad. En este caso, 3 estudiantes incoming formalizaron finalmente su matrícula en algunas asignaturas del Máster. La modalidad de salida (outgoing) aunque ha sido preguntada por algunos estudiantes, han visto que no termina de encajarles debido a sus intereses, a la duración y estructura del MBA.

No obstante, gracias a la alianza universitaria cívica europea CIVIS (CIVIS es una alianza integrada por once universidades de educación superior e investigación, líderes en Europa: la Universidad de Aix-Marsella, la Universidad Nacional Kapodistriaca de Atenas, la Universidad de Bucarest, la Universidad Libre de Bruselas, la Universidad Autónoma de Madrid, la Universidad La Sapienza de Roma, la Universidad de Estocolmo, la Universidad Eberhard-Karl de Tubinga, la Universidad de Glasgow, Paris Londron University de Salzburgo y University of Lausanne) tres estudiantes del MBA participaron en un programa de los “*CIVIS blended intensive programs (BIPS)*”, el cual es un formato de movilidad Erasmus+, que combina la enseñanza online con un breve período de movilidad física, en el que se trasladan 5 días los participantes a otra universidad CIVIS. En este caso, los estudiantes del MBA participaron en el *CIVIS course “Entrepreneurship - How to create a legitimate business”*, lo cual les permitió aprender e intercambiar conocimientos empresariales con estudiantes de otras universidades en un contexto no solo virtual sino presencial al sureste de Francia, la duración del curso fue de 90 horas.

5.4. Prácticas externas

En cuanto a las **prácticas**, la información sobre el MBA 2022-23 es la siguiente:

- Situación. Han sido evaluados 26 alumnos en la asignatura de Prácticas.

Asignatura: PRÁCTICAS	nº alumnos
Perfil profesional	26
Total general	26

- Evaluación de tutor profesional. Los alumnos evaluados, han conseguido una media de 4,88 sobre 5 en las evaluaciones de los tutores profesionales.

Evaluación Tutor Profesional (sobre 5)	nº alumnos
5	23
4	3
Total general	26

- Calificaciones. Los alumnos evaluados, han conseguido una media de 7,84 en sus calificaciones en la asignatura.

Calificación	nº alumnos
Aprobado	2
6,5	2
Notable	18
7	4
7,1	3
7,2	1
7,3	1
7,5	1
7,7	1
7,8	1
8	2
8,3	1
8,4	2
8,5	1
Sobresaliente	6
9	5
9,4	1
Total general	26

- Destinos de las prácticas. El listado de las empresas en las que se han desarrollado las prácticas aparece a continuación. 8 alumnos del perfil profesional prorrogaron sus prácticas como extracurriculares.

EMPRESA	nº alumnos
Agroconsulting	1
Andbank	1
BNP PARIBAS FACTOR, sucursal en España	1
Burger King	1
BUSINESS INTEGRATION PARTNERS CONSULTING IBERIA SL	1
Caceis Fund Services Spain S. A.	1
Catts Camera	1
Data4	1
FCC Aqualia	1
IdConsortium	1
INDRA	1
Itera Process	1
L'Oreal	1
Metiora IOT S.L.	1
Palladium Gestión SL	1
Quest Global Engineering España SLU	1
REPSOL	1
Schindler	1
Seeketing	1
Synergie	1
Teyame 360 SL	1
Trade Bridge Atlantic SL	2
Ultrafashion	1
V2C Abogados (Julián Álvarez López)	1
Viajes y representaciones SL (Fly for vacations)	1
Total general	26

- Por otro lado, no ha habido alumnos del perfil investigador que hayan realizado prácticas extracurriculares.
- Comentarios de tutores profesionales. La mayor parte de los comentarios, si han sido especificados, han sido positivos. En concreto, han sido sobre el desempeño de los alumnos, así como respecto a las competencias de estos, aunque también se hace referencia a posibles áreas de mejora para los alumnos. Algunos ejemplos anonimizados se citan a continuación: *"(...) ha demostrado una gran adaptación al entorno laboral. Es muy autónomo en el trabajo, responsable en sus tareas, muy educado y con capacidad de escucha y aprendizaje. Asimismo, tiene iniciativa y es organizado. Ha demostrado mucho interés en el trabajo realizado, completando sus tareas con rapidez y corrección. Además, ha colaborado en la mejora de procedimientos de trabajo a nivel informático, resultando de gran ayuda para la empresa. La calificación es muy satisfactoria en todos los aspectos, es una persona con gran capacidad de trabajo y aprendizaje, por lo que se le ha ofrecido un contrato laboral para continuar en la empresa."* *"Su alta capacidad de aprendizaje e involucración en el trabajo le ha permitido llevar a cabo perfectamente los trabajos en los que colaboraba, mostrando gran capacidad de adaptación. Resaltar la templanza a la hora de ejecutar las tareas encomendadas en momentos de presión para conseguir alcanzar los SLA,s con los clientes."* *"Excelente dominio de las herramientas. Rapidez y adaptabilidad. Muy buena actitud hacia la consecución de resultados. Autónomo. Alto compromiso con la empresa, el puesto y sus responsabilidades. Debe seguir trabajando la parte de colaboración y comunicación"*. *"Sin duda, (...) tiene una capacidad excepcional de aprendizaje y de responsabilidad de sus obligaciones, adaptándose en un corto plazo de tiempo a la metodología y herramientas de (...)".* *"Crecimiento exponencial y altamente satisfactorio. Es una persona con un potencial enorme. Persona con muy alto nivel educativo, pero lo más destacable es su implicación con la empresa y el proyecto. Excelentes habilidades técnicas, pero también sociales. Ha sabido hacerse un hueco en la empresa y consolidar su rol."* *"Considero que la estudiante ha cumplido satisfactoriamente las obligaciones y actividades encomendadas en la empresa demostrando su competencia, habilidades profesionales, así como su capacidad para adaptarse al entorno empresarial y trabajar en equipos multidisciplinares. La estudiante ha adquirido conocimientos teóricos y prácticos, así como dominio de herramientas propias de venta y marketing empresarial, demostrando autonomía, adaptabilidad, responsabilidad, con*

receptividad ante las críticas y compromiso ético. Además, ha demostrado habilidades de comunicación tanto oral como escrita. Considero que la estudiante se merece la máxima puntuación, ya que ha aplicado los conocimientos teóricos adquiridos en el MBA, siempre ha demostrado una actitud profesional, responsable, proactiva ante las tareas encomendadas, con iniciativa, disposición y ética profesional, para asumir los retos de la organización.”.

- Comentarios de alumnos. Los comentarios de los alumnos han sido extraídos de las memorias entregadas al profesor responsable de las prácticas del MBA, para su evaluación y posterior calificación de la asignatura. En estos comentarios se destaca sobre todo la importancia de estas prácticas para la inmersión en el mercado laboral y la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos en el MBA y en la titulación previa, así como la adquisición o desarrollo de algunas competencias. Algunos ejemplos de comentarios realizados por los alumnos se citan a continuación, eliminando referencias a nombres de empresas: *“Uno de los aspectos positivos es poder continuar con mi vida laboral, adquiriendo nuevas habilidades y capacidades todos los días y por otro lado, un punto a destacar es el ambiente laboral por parte de todos los integrantes de la empresa, a su vez, siempre hay un acompañamiento para la solución de dudas o problemas a resolver. Durante el desarrollo de mis prácticas he podido mejorar diferentes habilidades blandas como la comunicación efectiva, el trabajo en equipo, el poder de la negociación y mi capacidad de escucha. Por otro lado, he podido mejorar mis habilidades en cuanto a la organización y gestión del tiempo, ya que al tener objetivos fijos a los cuales debo llegar, debo buscar soluciones y caminos para poder llegar a estos de la mejor forma.”.* *“En primer lugar, me gustaría destacar que lo que más ha sido reforzado en mi caso, es el trabajo en equipo. El hecho de tener un grupo de trabajo con el que tenías que ponerte de acuerdo para resolver determinados problemas, ha hecho que se fortalezcan mis habilidades a la hora de comunicarme y trabajar en equipo. Además, he reforzado mi capacidad analítica, debido a las funciones que ejercía en la empresa, y mi capacidad para resolver problemas y ser proactivo a la hora de tener iniciativa en la toma de decisiones. Por otro lado, mi objetivo principal era aprender y tener una primera experiencia laboral satisfactoria que me resultara de utilidad de cara al futuro, lo cual se ha cumplido sin ningún lugar a dudas. En definitiva, pienso que ha sido todo un periodo de aprendizaje. Ha resultado ser una experiencia muy positiva para mí y creo que he podido sacar el máximo provecho de mi estancia en la entidad.”.* *“Mi valoración para las practicas es que han sido muy enriquecedoras para mi CV y una experiencia en el extranjero, he aprendido mucho en cuanto a la adquisición de talento, el poder identificar qué es lo que en realidad se necesita en una empresa y poder seguir un proceso ordenado que exitosamente debe de terminar con la contratación del candidato”.* *“Considero que he cumplido con mis objetivos principales que era desarrollarme como profesional y persona, y creo que en el ambiente de trabajo proporcionado con personas de calidad y capacitaciones lo he conseguido. Además, ha favorecido mis habilidades sociales, ya que tuve contacto con muchos clientes, proveedores, etc.”.* *“Los aspectos más positivos relacionados con el desarrollo de las prácticas han sido todo el aprendizaje y metodología que he aprendido y puesto en práctica, así como la relación con mis compañeros.”.* *“Haber tenido la oportunidad de entrar a (...) a hacer las prácticas profesionales fue muy positivo ya que me permitió explorar un campo laboral nuevo, no solo me permitió compartir mis conocimientos de otros trabajos, sino que pude complementarlos con los adquiridos en el máster. Las habilidades reforzadas y adquiridas fue el trabajo en equipo, buscando la sinergia entre áreas, así como la capacidad de organización para poder desempeñar múltiples tareas al momento sin perder el foco en las actividades más importantes. Además, estas prácticas propiciaron*

que aprendiera a priorizar actividades y tomar iniciativa sobre nuevas formas de desempeñar las actividades.”

Siguiendo el análisis de las recomendaciones de la última acreditación (resolución febrero 2022) del MBA, y continuando con el objetivo de mejora continua de la asignatura de Prácticas, se ha realizado la solicitud en el mes de mayo de 2023 de un proyecto de innovación docente en la Convocatoria de Proyectos de Innovación Docente INNOVA 2023-24 de la UAM con el título: “Preparación de procesos de selección en tiempos de inteligencia artificial”, en el que participa el coordinador de prácticas del MBA, la coordinadora del MBA y otro profesor del Máster, y donde están vinculados indirectamente, empresas, UAM Emprende, estudiantes, etc.

Además, en esta promoción, curso 2022-23, tal como se inició en el pasado curso 2021-22, se ha requerido a los alumnos del perfil profesional, la cumplimentación de una encuesta sobre el grado de satisfacción de la asignatura, una vez finalizan el periodo de prácticas; de esta forma, se pregunta a los alumnos sobre el proyecto formativo llevado a cabo, sobre el tutor profesional y la empresa donde han realizado las prácticas, sobre las expectativas futuras de trabajo y sobre la labor del tutor académico y el coordinador de prácticas. En este curso se ha obtenido un 100% de respuestas sobre los 26 alumnos encuestados.

Algunos resultados destacados de la encuesta realizada a los estudiantes del MBA son:

1. En cuanto al “proyecto formativo”, la valoración media que han dado los estudiantes como “grado de satisfacción general” ha sido de 8,39 en una escala del 1 al 10. La actividad realizada ha estado de acuerdo con las actividades del Anexo en un 84,60%, considerando las respuestas “Muy bueno” y “Bueno”. Los estudiantes consideran en un 88,46% que las actividades realizadas en las prácticas han estado “Muy relacionadas” o “Relacionadas” con los estudios del MBA.
2. Respecto al “Tutor Profesional y la empresa”, destaca que un 80,80% de los estudiantes consideran el “grado de supervisión del tutor profesional” como “Muy bueno” o “Bueno” y la atención ha sido suficiente para un 88,46% de los encuestados. El grado de integración en la empresa ha sido “Muy bueno” o “Bueno” para un 80,80% de los estudiantes.
3. Dado el carácter de acercamiento al mundo laboral de la empresa, se valora muy positivamente la respuesta en el apartado “expectativas futuras de trabajo” a las siguientes preguntas, donde se evidencia la importancia de las prácticas para la inserción laboral de los alumnos:
 - ¿Te han ofrecido la posibilidad de continuar?: un 84,62% de los alumnos han contestado “Sí” a esta pregunta.
 - ¿Trabajas actualmente en esa empresa?: un 53,85% de los alumnos han contestado afirmativamente a esta pregunta.
 - ¿Trabajas en otra empresa actualmente?: un 11,54% de los alumnos han contestado “Sí” a esta pregunta.
4. Respecto al “Tutor Académico”, un 65,40% de los encuestados consideran el grado de supervisión como “Muy bueno” o “Bueno” y la atención recibida ha sido “Muy buena” o “Buena” para el 57,70% de los estudiantes. El 73,10% de los encuestados manifiestan estar “Muy satisfechos” o “Satisfechos” con el “Coordinador de Prácticas del Máster”.

En conclusión, la edición 2022-23 del MBA sigue aplicando lecciones aprendidas para la gestión del plazo de un año y la coordinación del máster se encuentra en un proceso constante de búsqueda de oportunidades de mejora. Un tema recurrente es la búsqueda de empresas que se

adecúen al número de horas exigidas por el MBA, ya que las empresas requieren un mínimo de horas superior al ofrecido por el programa. A futuro se va a mejorar la comunicación a los alumnos, sobre todo a los extracomunitarios, ya que tienen alguna gestión adicional para realizar prácticas extracurriculares, aspecto que afecta negativamente para continuar realizando prácticas tras finalizar las 300 horas de prácticas curriculares exigidas por el programa. Para ello, se van a llevar a cabo acciones encaminadas a mejorar esta comunicación y que los alumnos no tengan dudas a la hora de realizar las prácticas (este punto de comunicación también se ha incluido en el proyecto de innovación docente en la convocatoria INNOVA para el curso 2023-24).

5.5. Rendimiento académico

A continuación, se presentan las principales tasas de rendimiento, éxito y evaluación del MBA.

Tabla 11. Tasas de rendimiento, éxito y evaluación		
	Curso 22-23	Curso 22-21
Nº de estudiantes matriculados	41	49
Nº de estudiantes a tiempo completo	31	32
Nº de estudiantes egresados SIIU	35	32
Tasa de rendimiento	98,89%	95,20%
Tasa de éxito	100,00%	98,59%
Tasa de graduación SIIU - Pobl. óptima	---	84,38%
Duración media de los estudios SIIU - Pobl. Óptima	1,29	1,41
Tasa de eficiencia SIIU - Pobl. óptima	97,37%	97,82%

De los datos aquí presentado se deducen las siguientes conclusiones generales:

- El MBA sigue caracterizándose por una tasa de rendimiento alta, del 97,4%, superior a la tasa esperada recogida en la memoria del título (85%). lo que indica el compromiso que aportan los participantes a este proceso formativo.
- Igualmente, la tasa de éxito se encuentra en el 100%, es decir, mejorando incluso este dato (que estaba por cerca del 100%) en el MBA, reconociendo el buen nivel de aprovechamiento del máster por parte de los participantes.
- La tasa de eficiencia se encuentra por encima del 97%, siendo un 90% la tasa esperada que refleja el VERIFICA, lo que también demuestra un buen resultado en el MBA.
- La duración del MBA se establece en 1,29 años, lo que indica que hay una leve reducción del tiempo de duración, pero aún se presenta algún comportamiento de los participantes hacia la rematriculación de ciertas materias, sobre todo con la intención de extender la estancia en Madrid.

5.6. Abandono

La tasa de abandono hace referencia al porcentaje de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso en el curso 2020-21, matriculados en el título de Máster Universitario de Administración de Empresas, que sin haberse graduado en ese título no se han matriculado en los cursos X+1, X+2 y X+3. Por ese motivo, la tasa de abandono requiere el paso de varios cursos.

Tabla 12. Abandono (%)								
	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
Tasa de abandono	9,09%	13,89%	13,89%	17,65%	19,35%	---	---	---
Tasa de abandono 1er año	0,00%	5,56%	11,11%	8,82%	9,68%	10,00%	8,11%	0%
Tasa de abandono 2º curso	6,06%	2,78%	2,78%	5,88%	3,23%	0,00%	5,41%	---

En la tabla superior (UAMData) se presentan las tasas de abandono disponibles desde la implantación del título. Los datos reflejan algunas de las situaciones mencionadas anteriormente, dado que son varios los estudiantes que alargan la finalización de los estudios todo lo posible para retrasar la vuelta a sus países de origen.

Aunque lo habitual, es que la mayor parte del abandono sea en el primer año en el último dato disponible de la tabla anterior se observa que no hubo abandono. Puede ser consecuencia del confinamiento por COVID19, que impulsó la motivación por la formación.

5.7. Inserción laboral

El Observatorio de Empleabilidad de la Universidad Autónoma de Madrid entrevista telefónicamente a una muestra de estudiantes egresados 12 meses después de finalizar los estudios. Las cifras que presenta este título siguen siendo muy favorables, tanto en Inserción laboral (% encuestados que han trabajado alguna vez) como en tasa de empleo (% con empleo en el momento de la entrevista).

Tabla 13. Inserción laboral			
	2018-19	2019-20	2020-21
Tasa de empleo	78,57%	80,00%	78,57%
Inserción laboral	92,86%	100,00%	100,00%
<i>Fuente: UAMData</i>			

Esta información además se complementa con la recogida en la encuesta interna del MBA (al finalizar las prácticas del MBA), por el responsable de prácticas. Los resultados de esta encuesta se pueden revisar al final del apartado 5.4.

5.8. Satisfacción

A continuación, se presentan los principales indicadores de satisfacción de estudiantes y profesores del título.

Tabla 14. OPINIÓN SOBRE LAS ASIGNATURAS (POR PLAN)		N	PARTICIPACIÓN	P01.- Satisfacción Guía Docente	P02.- Objetivos Guía Cumplidos	P03.- Evaluación según Guía	P04.- Profesores coordinados	P05.- Tiempo Prácticas suficiente	P06.- Recursos prácticas adecuados	P07.- Carga créditos adecuada	P08.- Satisfacción Global
Curso 2021-22		259	51,8%	4,53	4,46	4,57	4,59	4,36	4,51	4,36	4,46
Curso 2022-23		363	68,5%	3,80	4,01	4,20	4,13	3,80	3,88	3,89	3,78

Aunque los indicadores se han visto ligeramente reducidos, están por encima de la media de la escala. Además, entre los ítems mejor valorados se encuentra la coordinación.

Tabla 15. OPINIÓN SOBRE LOS DOCENTES (POR PLAN)		N	PARTICIPACIÓN	P1.- Cumplimiento Guía Docente	P2.- Organización de la Docencia	P3.- Claridad de las explicaciones	P4.- Preocupación proceso aprendizaje	P5.- Utilidad Tutorías	P6.- Contribución aumento del interés	P7.- Satisfacción Global
Curso 2021-22		272	42,5%	4,56	4,44	4,54	4,53	4,63	4,41	4,50
Curso 2022-23		435	73,1%	4,36	4,17	4,22	4,25	4,20	4,03	4,17

Con una elevada participación en las encuestas, se puede observar que el estudiantado valora por encima de 4 sobre 5 al equipo docente del máster.

Tabla 16. OPINIÓN DE LOS DOCENTES (SEGUIMIENTO DEL TÍTULO)		N	P01.- Planificación y organización	P02.- Clima de trabajo	P03.- Espacios docentes	P04.- Despachos	P05.- Recursos tecnológicos	P06.- Recursos humanos	P07.- Secretaría	P08.- Logro capacidades / competencias	P09.- Orientación académica estudiantes	P10.- Satisfacción global título	P11.- Satisfacción global desempeño	P12.- Formación Tutor	P13.- Recursos para acción tutorial	P14.- Necesidades estudiantes cubiertas	P15.- Relación tutorizados	P16.- Satisfacción como tutor
Curso 2021-22		10	4,00	4,70	4,50	4,30	4,50	4,40	4,90	4,44	4,60	4,50	4,60	4,50	5,00	5,00	5,00	5,00
Curso 2022-23		15	3,93	4,57	4,60	4,43	4,40	4,27	4,64	4,07	4,40	4,07	4,27	3,67	3,67	4,00	5,00	4,50

Por último, para terminar el planteamiento de opinión sobre el MBA, de acuerdo con la tabla anterior, las encuestas oficiales muestran en la mayoría de los apartados un buen número de participación en la cumplimentación de estas, especialmente en cuanto a las asignaturas y los docentes. Además, los resultados de satisfacción global del título tanto de estudiantes como desde la óptica de los propios docentes muestran una media de 4 (sobre 5). En cuanto a las encuestas (por Moodle y Sigma) de tanto el trabajo de fin de máster como de las prácticas del último trimestre que se cumplimentan justo antes de terminar el máster, no se ha logrado obtener un mínimo de respuestas para tener unos datos representativos. En este punto, la coordinadora

del MBA, tomó nota para hacer incidencia en estudiantes sobre este aspecto en el siguiente curso.

En definitiva, el MBA sigue contando con una salud adecuada y se debe seguir mejorando aspectos tanto a corto como a medio/largo plazo.

En los datos recogidos sobre el “Tutor Profesional y la empresa”, destaca que un 80,80% de los estudiantes consideran el “grado de supervisión del tutor profesional” como “Muy bueno” o “Bueno” y la atención ha sido suficiente para un 88,46% de los encuestados. El grado de integración en la empresa ha sido “Muy bueno” o “Bueno” para un 80,80% de los estudiantes.

Las encuestas realizadas a profesores y docentes por la Unidad de Calidad de los Estudios (UCE) se complementan (tal como se comentó anteriormente) con la encuesta del Observatorio de Empleabilidad de la UAM, en la que se pregunta sobre la relación entre trabajo y empleo a los egresados del título. Pueden consultarse los resultados de la misma en la web <https://obs-empleabilidad.uam.es/pages/displayPosgrado> . Desde la Facultad también se indicaba que se pone a disposición de los estudiantes una encuesta a egresados cuando acuden a recoger el título. Teniendo en cuenta los problemas sanitarios de la pandemia por COVID19, se retiró de gestión de alumnos el ordenador habilitado para cumplimentarla con objeto de minimizar las posibilidades de contagio. Para solventar este inconveniente, se distribuyó por email entre los graduados, no siendo significativo el nivel de respuesta obtenido.

En 2022 la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales realizó una encuesta entre el PTGAS que en el curso 2022-23 se complementó con encuentros de trabajo con este colectivo. En estas reuniones se establecieron directrices, por ejemplo, para el archivo de material, para la mejora de la web o para simplificar los procesos de gestión.

En este título la encuesta de movilidad no aporta resultados, dada la baja participación de estudiantes de movilidad.

5.9. Comunicación y difusión del título (información y transparencia del MBA)

La comunicación y difusión de la titulación la realiza la Universidad Autónoma de Madrid a través de la página web de la Escuela de posgrado y la de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Además, se realizan anuncios en los periódicos nacionales de mayor tirada.

El MBA sigue las directrices indicadas desde la Escuela de posgrado y desde el decanato sobre el esquema de la información que deben contener las web relativas al Máster. La primera se centra en el proceso de admisión y matrícula y la segunda ofrece información detallada y actualizada sobre todos los aspectos de interés para cualquier usuario del Máster: profesorado, alumnado, empleadores, futuros estudiantes, etc. Incorpora de forma más accesible la información buscada por los estudiantes: guías de las asignaturas, calendario de evaluación, horarios, aulas de clase, fechas de examen, becas, etc. A continuación, se mencionan cada uno de los apartados en los que se incluye la información.

- [Presentación](#)
- [Información general](#)
- [Admisión y matrícula](#)
- [Plan de estudios](#)

- [Profesorado](#)
- [Horarios y Aulas](#)
- [Guías Docentes](#)
- [Prácticas](#)
- [Trabajo fin de máster](#)
- [Doctorado e investigación](#)
- [Calidad](#)

Todos los contenidos han quedado plenamente integrados en una imagen clara y de forma uniforme para los Máster de la Facultad.

En el curso 2022-23 ha estado disponible un vídeo como recurso de referencia complementario para informar sobre el MBA y que es útil tanto para eventos como para web del Máster. Aunque, como se comentó anteriormente, la coordinadora del máster propone incluir en esta web nuevos videos, para explicar mejor los perfiles del MBA (dando prioridad al perfil investigador), sería conveniente actualizar el video mencionado y considerar incluso hacer un video con testimonios de egresados del MBA.

Es importante señalar que antes de iniciarse el proceso de admisión, desde el Vicedecanato de Calidad e Innovación de la Facultad se solicita la revisión de las guías docentes con el fin de actualizarlas, si fuera necesario. y garantizar que estén disponibles en la web del título para los futuros estudiantes antes del periodo de matrícula. De igual forma, se pone a disposición de todos los interesados los horarios y el calendario de evaluación a través de la web del título.

Además, los seminarios y charlas organizados en el título se difunden a través del boletín semanal distribuido por correo electrónico entre la comunidad universitaria de la Facultad de Económicas, y se publicitan en la página principal de la Facultad, en la Agenda.

Finalmente, como función habitual de la coordinación del MBA, se ha trabajado con los diferentes agentes (estudiantes, profesores, cargos universitarios, comisiones, etc.) de forma cercana tanto a través de correo electrónico, reuniones, teléfono, whatsapp y aula del MBA, aportando apoyo a temas de matriculación, cambio de asignaturas, convalidaciones, comunicación con profesores del MBA, información a instancias de la Facultad, etc.

El estudiantado ha valorado en 3,61 sobre 5 la información del título en la web.

5.10. Recursos materiales y servicios

Los estudiantes del MBA tienen a su disposición todas las instalaciones de la UAM y, en particular, las de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. La satisfacción que muestran los estudiantes con los espacios docentes en el curso 2022-23 es un 3,7 sobre 5. La valoración de estos espacios por el profesorado es de 4,6 sobre 5. La mejora en los espacios es continua, desarrollando obras de mantenimiento y mejora continuas (mejoras en los equipos de imagen y sonido, taquillas en la biblioteca, etc.)

El aula principal asignada a la docencia del Máster se encuentra ubicada en el módulo 8 (aula 201 MBA) de la Facultad y cuenta con capacidad para 40 alumnos. Ha sido remodelada y cuenta con pizarra blanca, pantalla, conexión a internet, videoprojector y televisión, que permite realizar mejores conexiones al transmitir tanto presentaciones y videos, como videollamadas/cámara, lo

que permite una mejor interacción en las reuniones (en caso de que fuera necesario estos últimos). Esta aula está reservada en exclusiva para los alumnos del Máster, y se destina a estudio, trabajo personal, reuniones de los estudiantes y elaboración de trabajos en grupo. El MBA también tiene a disposición en el módulo 8 el aula 202 donde se hacen las defensas de los trabajos de fin de máster, algunos talleres/prácticas y reuniones.

Hay que destacar el acceso a todos los recursos bibliográficos de la UAM por parte de todos sus alumnos, tanto en formato online como en papel. También pueden utilizar cualquiera de las bibliotecas del Campus, así como el Centro de Documentación Estadística. Para potenciar su uso, todos los años se realiza una visita a la Biblioteca de la Facultad y se imparten dos charlas sobre el uso de sus recursos. La satisfacción con los recursos bibliográficos por parte de los estudiantes se sitúa en 3,94.

En lo que a los estudios de Máster conviene señalar, la biblioteca de Económicas imparte cursos de formación sobre recursos electrónicos, búsqueda de información y apoyo en la realización de Trabajos Fin de Grado (TFG), Trabajos Fin de Máster (TFM) y Tesis. Los servicios de la biblioteca disponibles pueden consultarse pinchando [aquí](#).

Los recursos electrónicos específicos para el área de Marketing puestos a disposición de estudiantes/docentes del máster son: Revistas electrónicas / documentos de trabajo, Libros electrónicos, E-Libro Ciencias económicas y administrativas (Colección de libros electrónicos en castellano especializados en materia económica entre los que se incluyen los relacionados con las diferentes áreas de la organización empresarial), Bases de datos bibliográficas, como ABI/Inform Business Source Ultimate y Bases de datos estadísticas.

En los últimos cinco cursos la renovación de espacios ha estado especialmente enfocada a la biblioteca, mejorando la distribución de los espacios, las zonas de acceso y lectura, incorporando espacios para el estudio colaborativo e individual y también un aula de informática para formación en recursos bibliográficos. Dicha aula está disponible también para la formación reglada. Además, se pusieron en funcionamiento instalaciones en la biblioteca centradas en el disfrute de la lectura, como han sido zonas con sillones y terrazas al aire libre con mesas y sillas de exterior.

En la actualidad se trabaja en dos cuestiones relevantes como son:

- La accesibilidad a la sección de Gestión de Alumnos, a través de un ascensor, que facilitará la gestión presencial a personas con movilidad reducida en las áreas de matrícula, movilidad, prácticas, expedición de títulos y certificados, etc.
- La incorporación de gradas para actividades participativas como seminarios y talleres, que se incorporarán a las instalaciones de nuevo formato en la biblioteca (ver supra).

Se prevé su disponibilidad para el curso 2023-24.

En lo que respecta a recursos informáticos, se utiliza Moodle, Microsoft Teams, SIGMA como entornos facilitadores de los procesos de gestión y docencia. Se ha ampliado el entorno SIGMA disponible, introduciendo las Guías docentes en él, de forma que su actualización será más sencilla.

Es especialmente relevante el préstamo de ordenadores y calculadoras que realiza la biblioteca de la Facultad, así como la disponibilidad de programas online para el desarrollo de la actividad docente (Evius, Contaplus, etc.). Se dispone red Wifi por todo el campus. Además, se dispone de un servicio de Tecnologías de la información que soporte técnico a la comunidad universitaria en el ámbito de la informática y las comunicaciones. Los estudiantes valoran los recursos tecnológicos en 3,5 sobre 5 y los docentes en 4,4.

5.11. Recursos humanos

- **Personal académico**

El MBA cuenta, desde su primera edición, con múltiples perfiles que complementan las necesidades del plan de estudios, siempre bajo los criterios de partida que se establecen en el VERIFICA.

El cuadro docente del MBA para la edición 2022-23 se caracteriza por la siguiente información:

Tabla 17. Profesorado					
CATEGORÍA	Nº	%	PDI Doctor	Quinquenios	Sexenios
Catedrático/a de Universidad	1	4,0	1	5	4
Profesor/a Asociado/a	4	15,0	1	4	0
Profesor/a Ayudante Doctor	5	19,0	5	2	0
Profesor/a Colaborador/a LOU	2	7,0	0	11	0
Profesor/a Contratado/a Doctor LOU	8	30,0	8	26	1
Profesor/a Honorario/a	1	4,0	1	0	0
Profesor/a Titular Universidad	6	21,0	6	30	11
TOTAL	27	100	22	78	16

En la web del MBA en el apartado de profesores tal como se indicado, se han incluido dos enlaces vinculados con cada profesor, donde se puede acceder a un breve currículum y a su respectivo portal de producción científica.

De forma adicional, pueden consultarse las principales aportaciones del profesorado de la Facultad en la [memoria de investigación](#) que se publica anualmente en la web del centro.

Tabla 18. Docencia			
	Curso 22-23	Curso 22-21	Desv.
Tasa de profesores presentados en DOCENTIA respecto a los invitados	16,67%	14,29%	16,67%
Tasa de profesores presentados en DOCENTIA que superen la media	50,00%	100,00%	-50,00%

Fuente: data.uam.es

Entrando en el ámbito del programa Docencia, aunque para el curso 2022-23 ha aumentado ligeramente la tasa de profesores presentados respecto a los invitados, lo cierto, es que finalmente solo la mitad han alcanzado una nota superior a la media.

La participación en proyectos de innovación docente de profesores del Máster se ha mantenido prácticamente en el mismo nivel que el curso anterior. Los profesores han aumentado su participación en actividades formativas este curso, con respecto al curso precedente, tal como se puede ver en la tabla siguiente:

Tabla 19. Formación e innovación docente			
	Curso 22-23	Curso 22-21	Desv.
Tasa de participación en actividades formativas	22,22%	14,81%	50,00%
Tasa de participación en proyectos de innovación docente	18,52%	18,52%	0,00%

Fuente: data.uam.es

Los cursos de formación realizados por los docentes fueron:

- Aprendizaje activo en grupos numerosos.
- Aprendizaje cooperativo
- La Quinta Competencia. Claves para el desarrollo del aprendizaje autónomo
- Principios y herramientas para una auténtica evaluación formativa
- Enseñar ante la cámara: formación online y grabaciones docentes para formatos "SPOC" o "MOOC"
- ¡La mejor clase! Claves para el diseño de actividades de enseñanza-aprendizaje
- Gamificación
- La proyección de la voz: Uso y cuidado de la voz en el aula
- Academic Speaking: debates in English
- Aprendizaje Basado en Proyectos: Instrucciones concretas para empezar YA
- Collaborative learning.
- Iniciación a R para el análisis estadístico
- Understanding Natural Speech: Words and Sentences

Los temas sobre los que versaron los proyectos de innovación docente son:

- Implanta_abp_cc
- Estrategias y diseño de materiales para facilitar el acompañamiento de estudiantes entre pares
- Cine fórum "cine y aviación"
- Observatorio dinámico de la sostenibilidad del transporte aéreo
- Simuladores de vuelo: implantación pedagógica

En general, se puede interpretar que el personal docente vinculado con el MBA es un grupo activo e inmerso en procesos de evolución de sus competencias y prácticas.

- **Personal de apoyo**

En cuanto a personal de apoyo, el MBA no cuenta con una persona específica para la gestión, siendo el PTGAS del departamento de Organización de empresas el que realiza tareas de apoyo al coordinador del Máster, especialmente en lo que se refiere a contestar emails solicitando información específica sobre el proceso de admisión. Se cuenta con la colaboración del Gestión de Alumnos (matrícula), la Oficina de Prácticas (gestión de convenios y acreditación profesional),

la ORI (estudiantes internacionales) e incluso la Facultad elabora y difunde un boletín semanal de la Facultad para trasladar a los estudiantes las oportunidades sobre eventos, becas, etc.

Por otra parte, ya desde el informe 2016-17 se viene considerando importante la

“necesidad de contar con un espacio en moodle para el coordinador del MBA en el que poder generar un canal de contacto con los participantes además de poder subir materiales de comunicación e incluso configurar tareas para las actividades complementarias”, cuestión que no se ha logrado. Esta cuestión ha sido solventada por la universidad al habilitar nuevas funcionalidades y espacios como Microsoft TEAMS y one drive, que dan la posibilidad de compartir información con los profesores y/o estudiantes, siendo herramientas más operativas.

En definitiva, la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales cuenta con un buen número de recursos, todos ellos disponibles para el Máster. Dichos recursos están sujetos a un proceso de mejora continua.

6. Identificación de puntos fuertes y áreas de mejora

El análisis efectuado en este informe anual de los indicadores asociados al título permite identificar como puntos fuertes del Título de Máster (que se alinean con los identificados en el informe final de renovación de la acreditación, feb/2022), entre otros, los siguientes:

- Mantiene una elevada demanda, como muestra el número de solicitudes.
- Carácter internacional de la demanda, con relevancia de solicitantes procedentes de distintos países latinoamericanos.
- Desarrollo de la titulación de acuerdo con lo establecido en la memoria y de forma presencial.
- La oferta formativa se complementa con actividades extracurriculares, como seminarios, charlas y diferentes visitas a empresas. Para ello, ha sido constante el esfuerzo por mantener activos los canales de comunicación entre la Coordinación, el profesorado y el estudiantado.
- El éxito alcanzado por los estudiantes en prácticas, que en general las incrementaron con prácticas extracurriculares y obtuvieron excelentes comentarios y recomendaciones de sus tutores profesionales.
- Elevadas tasas de rendimiento, éxito y graduación, que están en línea con las recogidas en las Memoria del título.
- Buena coordinación horizontal y vertical, que se estructura a partir de las reuniones de la coordinación con el equipo docente y a través de la participación de delegado y coordinadora en la CIGC.
- Se mantiene una alta satisfacción entre los principales grupos de interés: profesores y tutores profesionales del título.
- Mejora continuada en la recogida de información, que nos permite conocer la elevada empleabilidad de los egresados a partir de la encuesta del Observatorio de Empleabilidad de la UAM, así como la satisfacción de los egresados y de los tutores profesionales. Actualmente se sigue trabajando en encuestar al PTGAS del centro y a los estudiantes internacionales.
- El proceso de mejora continua del título, que se puede observar en los planes de mejora presentados anualmente y revisados por la CIGC.

Del presente informe se derivan las siguientes propuestas de mejora a trabajar en la siguiente edición del MBA:

- En las reuniones con los estudiantes y la coordinación del MBA, se vio oportuno realizar una reunión justo al terminar el periodo de matrícula del máster para dar una mayor orientación en la época previa a comenzar al máster, y así atender todas las dudas que pueden surgir (más aún cuando hay futuros estudiantes que vienen del extranjero y no conocen como funciona el sistema de posgrado en una universidad pública española).
- Reflexionar e ir trabajando sobre las debilidades y recomendaciones detectadas en el proceso de acreditación en la primera parte del curso académico y luego considerando el informe final recibido sobre la acreditación.

En corto plazo:

- Especificar el plazo de respuesta para el buzón de quejas y sugerencias
 - Especificar máximo de ECTS a tiempo parcial según matrícula y curso, acorde con la normativa de la UAM y la Memoria de Verificación, en la web del MBA del CEP.
 - Actualizar y facilitar la información sobre movilidad en la página web del MBA.
-
- Continuar insistiendo en la calidad del proceso de selección y admisión.
 - Potenciar el mensaje de concienciación de los solicitantes del MBA en la carta de admisión sobre su decisión desde el inicio sobre el perfil elegido en el máster y la posible acreditación de experiencia profesional, evitando una conducta oportunista.
 - Seguir potenciando la recogida de encuestas, reforzando la evaluación institucional (especialmente las que están al final del MBA: TFM y prácticas) y complementándola con el desarrollo de otras encuestas internas.
 - Seguir potenciando la realización de seminarios y visitas, promovidos por el profesorado del Máster.
 - Mejora del proceso de prácticas y apoyo a las mismas a partir del proyecto de innovación presentado para ser ejecutado en el curso 2023-24
 - Reflexionar sobre la empleabilidad de nuestros egresados con la información propia recogida, tanto a través de los tutores profesionales del periodo de prácticas como contactando con antiguos alumnos.
 - Vídeos explicativos de las posibilidades existentes entre las optativas del MBA.

7. Conclusiones

La información disponible, en general es suficiente para hacer el seguimiento del título. Si se tienen en cuenta las solicitudes de plazas, los resultados de los estudiantes y las encuestas de satisfacción, el balance general es positivo, aunque se debe seguir en proceso de mejora.

El MBA es una opción interesante para el mercado de formación, especialmente para participantes de Latinoamérica teniendo en cuenta el coste económico que supone en comparación con este tipo de formación en sus respectivos países.

En este curso 2022-23, también se asegura un potencial de diversidad geográfica de alta relevancia para la creación de un ambiente rico en perspectivas diferenciadas de interpretación de la realidad que beneficia la reflexión y el trabajo en equipo.

Al lado de este informe se seguirá tomando como referencia la resolución de la Fundación Madrid+d para continuar potenciando los puntos fuertes, considerar las mejoras pertinentes en los siguientes cursos y para sugerencias/recomendaciones que serán incorporadas a los planes de mejora anuales que acompañan a este documento.

ANEXO 1.

Datos obtenidos de los estudiantes.

MU EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (MBA) (60 ECTS)		1: Muy negativo a 5: Muy positivo				
CÓDIGO	ASIGNATURA	1	2	3	4	5
	Complemento					
32458	Finanzas para directivos				█	
32457	Dirección y Organización de Empresas					█
32461	Análisis económico y empresarial					█
32460	Estrategia de marketing				█	
32459	Análisis contable			█		
	Actividades complementarias				█	
	Valoración Global				█	
	Tramo 1					
32462	Estrategia e Innovación empresarial				█	
32463	Dirección de operaciones y calidad			█		
32464	Métodos cuantitativos de Gestión			█		
32465	Internacionalización de la Empresa				█	
32466	Taller de habilidades directivas (Negociación y Comunicación)				█	
32467	Sistemas de Información y Decisión			█		
32468	Ética, gobierno de la Empresa y Responsabilidad Social Corporativa				█	
	Actividades complementarias			█		
	Valoración Global			█		
	Tramo 2					
32469	Emprendimiento, empresa familiar y creación de empresas				█	
32470	Derecho de la Empresa			█		
32471	Fiscalidad de la Empresa			█		
32472	Dirección de personas y Comportamiento Organizativo			█		
32473	Taller de habilidades directivas (Coaching)			█		
32474	Sociología de las Organizaciones			█		
32475	Contabilidad de Gestión			█		
32476	Simulación de Gestión Empresarial					█
32477	Investigación de Mercados					█
32478	Gobierno del Conocimiento, Capital intelectual y Aprendizaje Organizativo					█
	Actividades complementarias			█		
	Valoración Global			█		
	Tramo 3					
32479	Prácticas en Empresas.			█		
32480	Metodología de Investigación en Organización de Empresas				█	
32481	Introducción al trabajo Fin de Máster				█	