
INFORME DE GESTIÓN

2017/2018

calidadUPV

MASTER UNIVERSITARIO EN ECONOMÍA
AGROALIMENTARIA Y DEL MEDIO
AMBIENTE POR LA UNIVERSITAT
POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

D. Economía y Ciencias Sociales

Objetivo.

Objetivo del informe:

- Analizar la información cuantitativa y cualitativa proporcionada por el SIQ UPV al objeto de proponer acciones de mejora.
- Analizar y rendir cuentas del desarrollo de las acciones de mejora propuestas en ediciones anteriores.

El informe ha sido elaborado por la Comisión Académica del Título, compuesta por:

Dirección académica del título a cargo de: MARTINEZ GOMEZ, VICTOR DAVID

Nombre	En calidad de
GARCIA MOLLA, MARTA	Presidente/a
MELIA MARTI, ELENA	Secretario/a
TORAN LAMATA, EDUARDO	Vocal
COMPES LOPEZ, RAUL	Personal Docente E Investigador
ESCRIBA PEREZ, CARMEN	Personal Docente E Investigador
MORENO PEREZ, OLGA MARIA	Personal Docente E Investigador

1. Análisis del funcionamiento y resultados del título

Fuente: Sistema de Información UPV Mediterrània

Nivel 1. Indicadores de actividad	Actividad docente			Actividad investigadora	Demanda	
	IAD ponderado	Tasa de PDI Doctor	Tasa de PDI a tiempo completo	IAI ponderado	Tasa de matriculación	Tasa oferta y demanda
Meta actual	NP	100	100	NP	70	180
Resultado 17/18	5.75	95.24	85.71	4.55	60	180
Meta propuesta	NP	100	100	NP	70	180

NP: No procede

Nivel 1. Indicadores de actividad del Título

1. Actividad docente:

Se supera con creces la meta de IAD fijada para el título, y continúa su tendencia creciente. Los indicadores de PDI doctor y PDI a tiempo completo caen ligeramente en este curso y quedan un poco por debajo de la meta del 100% ya que se incorporaron al claustro algunos profesores asociados, alguno de ellos pendiente de obtener el título de doctor. No obstante, se considera que la aportación de estas personas compensa con creces, ya que son expertos en determinadas temáticas específicas y aportan competencias y conocimientos relevantes a las asignaturas en las que se incorporaron.

2. Actividad investigadora:

Se supera con creces la meta de IAI fijada para el título, y continúa su tendencia creciente, incluso a pesar de la incorporación de los mencionados profesores asociados.

3. Demanda:

En los indicadores de demanda, se produce una ligera caída en la tasa de oferta y demanda, que, si bien cumple la meta fijada, nos hace estar atentos. De todas formas significa que solicitan el acceso un 80% más que plazas disponibles, lo que significa que la titulación tiene atractivo suficiente entre los potenciales demandantes.

Sobre la tasa de matriculación sigue este año por debajo de la meta, aunque hemos mejorado la cifra del curso anterior. Nuestra valoración conjunta es que el título es conocido, los alumnos potenciales se preinscriben, pero luego algunos no se matriculan. Tenemos que intentar que un mayor porcentaje de los que se preinscriben se matriculen luego, y pensamos que hay que informar mejor de las competencias profesionales del máster (ver acciones de mejora).

Justificación de las nuevas metas planteadas:

No procede

Nivel 2. Indicadores de resultados	Docencia				Internacionalización			Empleabilidad		
	Tasa de graduación	Tasa de abandono	Tasa de eficiencia	Tasa de rendimiento	Número de alumnos de intercambio recibidos	Porcentaje de alumnos titulados que han realizado intercambio académico	Porcentaje de estudiantes de nacionalidad extranjera	Porcentaje de alumnos titulados que han realizado prácticas en empresa	Porcentaje de no desempleados (encuesta a los 3 años)	Autoeficacia a los tres años
Meta actual	60	16	93	85	1	5	40	75		
Memoria Verificación	75	25	90							
Resultado 17/18	91.67	5	80.24	87.99	0	12.5	37.5	62.5	100	6.67
Meta propuesta	75 *	16	93	85	1	5	40	75	85 *	6 *

Nivel 2. Indicadores de resultados del Título.

1. Docencia:

Las tasas de graduación, abandono y rendimiento continúan en niveles adecuados. La tasa de eficiencia ha caído algo por debajo de la meta, estaremos atentos a su evolución.

2. Internacionalización:

La proporción de alumnos extranjeros continúa cayendo y por primera vez está por debajo de la meta. Creemos que tenemos posibilidad de volver a aumentar esta cifra y por ello el curso pasado potenciamos algunas acciones de difusión, que continuaremos, y planteamos alguna otra acción de mayor alcance (ver acciones mejora). No obstante hay que tener en cuenta que la matriculación de alumnos extranjeros en parte depende de variables ajenas al máster, como los programas de becas de sus países de origen.

Seguimos explorando posibilidades de intercambio con másteres similares de otros países de la UE.

3. Empleabilidad:

Los indicadores de la encuesta T3 tienen baja representatividad al tener solo 3 respuestas. Por nuestra parte, el curso anterior hicimos una encuesta a todos los egresados del máster y sus resultados nos indican que en torno al 85% de los egresados pensaban que realizar el máster les había ayudado a obtener su trabajo actual.

Sobre la caída de alumnos que realizan prácticas en empresa, hay que tener en cuenta que parte de los alumnos del máster son profesionales del sector que ya están trabajando en distintos aspectos relacionados con las habilidades y competencias del máster, y solicitan el reconocimiento de su actividad profesional por las prácticas en empresas. No obstante, vamos a plantear una acción de mejora para facilitar las prácticas en empresa.

Justificación de las nuevas metas planteadas:

Modificamos la meta en la tasa de graduación para ajustarnos a la memoria de verificación.

Nivel 3. Indicadores de satisfacción	Profesorado	Alumnado			Titulados	
	Satisfacción media del profesorado con la gestión del título	Satisfacción media del alumnado con la gestión del título	Satisfacción media del alumnado con la docencia impartida en el título	Satisfacción media del titulado con la formación recibida	Satisfacción media del titulado con la formación recibida a los tres años	
Meta actual	8	7	8	7		
Resultado 17/18	9.25	8.41	9.5	8.57	8.33	
Meta propuesta	8	7	8	7	7.5 *	

Nivel 3. Indicadores de satisfacción del Título.

1. Profesorado:

Mantenemos buenos niveles y por encima de la meta.

2. Alumnado:

Mantenemos buenos niveles y por encima de la meta.

3. Titulados:

Mantenemos buenos niveles y por encima de la meta. De nuevo la encuesta propia nos indica un alto nivel de satisfacción de los titulados.

Justificación de las nuevas metas planteadas:

No procede

2. Análisis del nivel de alcance de las competencias

En la mayoría de las competencias se han obtenido resultados satisfactorios con los alumnos distribuidos entre las calificaciones A y B por parte de los profesores. La autoevaluación de los titulados también arroja resultados positivos en línea con las evaluaciones de los profesores. Por ello para cursos futuros se va a mantener el mismo esquema de evaluación de competencias por asignaturas.

No obstante, notamos dos aspectos a mejorar y que trataremos en el curso 18/19. Primero, dos competencias se quedaron sin analizar, por lo que insistiremos a los profesores responsables de evaluarlas. Segundo, en algunas asignaturas se observa correlación muy marcada entre evaluación de la asignatura y de las competencias, así que insistiremos a los responsables de asignaturas de que no tiene por qué ser así necesariamente.

3. Análisis de informes de evaluaciones internas y externas

Seguimiento por parte de la Comisión de Calidad UPV

En el último informe de revisión se recibieron (sic.) "pocas y poco importantes" observaciones.

Una tenía que ver con la caída de la tasa de matriculación, y se valoraba positivamente la acción propuesta. Como la tasa ha subido, pero aún no lo suficiente, proseguimos con la acción, tratando de comunicar mejor las competencias de los egresados (ver Punto 1).

La otra observación tenía que ver con la necesaria mejora de la evaluación de las competencias transversales (CT) en el título. Como se ha visto en el punto 2, se ha mejorado este aspecto, si bien quedan dos elementos en los que seguiremos insistiendo: evaluar todas las CT (dos quedaron sin evaluar) y comprobar si la correlación entre la evaluación de las CT y la de las asignaturas es adecuada.

Seguimiento y acreditaciones por parte de agencias de calidad (AVAP, ANECA, Internacionales)

No procede

4. Análisis de comunicaciones de los grupos de interés

La duda que se nos planteó se resolvió rápidamente y de hecho la alumna siguió con normalidad el máster. La otra fue una felicitación que agradecemos.

No hubo comunicaciones por otros canales.

5. Revisión de la información pública

Comprobar que la información publicada en la microweb de la titulación es veraz, pertinente y se encuentra actualizada. En particular:

-Revisar la información estática que aparece en la página principal: <http://www.upv.es/titulaciones/MUEAMA/>

-Revisar la información estática que aparece en '¿Quieres saber más?':
<http://www.upv.es/titulaciones/MUEAMA/info/masinformacionc.html>

-Revisar información publicada por la propia ERT

Resultado de la revisión de la web del título:

La página principal cuenta con información actualizada, con respecto a asignaturas, horarios etc. La sección "¿Quieres saber más?" está actualizada también.

La información publicada por la ERT en el blog <http://mueama.blogs.upv.es/> nos encargamos de que sea actualizada periódicamente.

Además de eventos o actividades en los que el máster participa, los alumnos consultan ahí la información relativa a los TFM (plazos, listado etc), horarios,... siendo esta la principal fuente de información para ellos

6. Acciones de mejora

Tipos de origen de las acciones de mejora

A. Nivel de alcance de las competencias transversales.

B. Seguimiento interno por parte de la CC UPV.

C. Seguimiento y acreditaciones por parte de agencias de calidad externas.

D. Comunicaciones de los grupos de interés.

E. Revisión de la información pública.

F. Iniciativa propia de los responsables del título.

6.1. Análisis de las actuaciones propuestas en años anteriores

Mejoras en curso

Código	Origen	Acción de mejora	Acciones desarrolladas y resultados
2137_2015_02		Lanzaremos seminarios de promoción del Master en la ETSEAMN. Se lanzará una campaña más eficaz de promoción externa para que el Master sea más conocido. Se utilizarán redes sociales y se actualizará la página blog. Podemos realizar actividades abiertas como seminarios sobre liderazgo social o conferencias invitadas sobre alimentación sostenible, quizás en colaboración con la Cátedra Tierra Ciudadana.	2137_2015_02: seguimos insistiendo en ella. El máster necesita mantener su visibilidad y vamos a persistir con la presencia en redes sociales y manteniendo el blog actualizado.
2137_2016_01		Se realizarán seminarios o talleres específicos transversales (fuera del contenido de las asignaturas) para tratar con más énfasis cuestiones ambientales en las empresas. Formarán parte de los seminarios transversales que refuerzan contenidos del máster: habilidades específicas y formación en TFM.	2137_2016_01: seguimos con las actividades y sesiones transversales, con énfasis en la sostenibilidad.

Mejoras finalizadas

Código	Origen	Acción de mejora	Resultados finales
2137_2015_01		Mejor las competencias de los estudiantes en la realización de trabajos de investigación (formación para la realización del TFM), de uso de fuentes bibliográficas y de habilidades transversales como liderazgo. Se realizarán seminarios express sobre estas materias.	Acción 2137_2015_01: Se ha venido desarrollando esta acción y creemos que ha sido exitosa, también valorada por los alumnos. La finalizamos como acción de mejora, pero seguiremos realizando las actividades propuestas.
2137_2016_02		Realización de diversas acciones de difusión del MUEAMA para contribuir al aumento del número de matriculados. Analizaremos la procedencia de los matriculados en cursos pasados, preguntaremos a los matriculados actuales qué elementos les hicieron decantarse por este master. Con esa información plantearemos acciones de marketing y posicionamiento digital, entre ellas puede estar realizar un vídeo promocional adaptado en duración a las redes sociales, y otras en función del presupuesto disponible.	Se ha realizado el vídeo promocional, que ha tenido un número elevado de visionados. No obstante, con eso hemos mantenido una tasa de oferta/demanda elevada pero no ha mejorado mucho la tasa de matriculación. Por ello, y teniendo en cuenta lo que algunos egresados nos han dicho, cerramos esta acción como tal y pasamos a una nueva acción de mejora para comunicar mejor las capacidades y opciones laborales de los egresados.

6.2. Propuesta de nuevas acciones de mejora

Código	Origen	Acción de mejora	Motivación
2137_2017_01	B,D,F	Mejora comunicación posibilidades laborales. Vamos a clarificar en el blog del máster cuáles son las opciones y capacidades laborales que ofrece el máster a sus egresados. Para ello, además de hacer un barrido de qué se aporta a los distintos perfiles de potenciales alumnos, también informaremos de algunos de los puestos que ocupan nuestros egresados actualmente.	De esta manera queremos poner de manifiesto de la forma más clara posible las posibilidades que abre esta titulación en el mercado de trabajo, tanto en la empresa privada como en el ámbito de la administración y otros como ONGs.
2137_2017_02	B,D	Mejora comunicación a nivel global. La UPV debe realizar acciones conjuntas de difusión de sus másteres a nivel internacional. Nuestro mercado natural es América Latina, sin olvidar otros países europeos o el norte de África. Existen ferias de másteres en distintas capitales latinoamericanas donde la UPV debe estar presencialmente, ya que son una importante herramienta de difusión de los mismos y nos consta que muchos alumnos se informan allí en primera instancia.	Creemos que no es suficiente con las campañas aisladas que como máster realizamos. Hemos visto que la tasa de oferta y demanda ha caído algo a pesar de los esfuerzos (vídeo, redes sociales, blog) de los últimos años. Por eso es conveniente una mejor difusión de los másteres de la UPV en otros países. Tenemos fortalezas como institución y también por la ubicación (precios públicos asequibles, ciudad,...) que debemos explotar.

Código	Origen	Acción de mejora	Motivación
2137_2017_03	B,F	Aumento prácticas en empresa. Realizaremos una sesión a la que invitaremos a las Cátedras en Empresa UPV afines a las temáticas del máster. Varias de ellas están dirigidas por profesores de la ERT del Máster, y pensamos que, además de dar a conocer a los alumnos sus actividades, también pueden estar interesadas en acoger a nuestros alumnos para la realización de las prácticas UPV.	Queremos apoyarnos en las prácticas en cátedras UPV para que nuestros alumnos hagan más prácticas en empresa.

6.3. Otras acciones de mejora ejecutadas

Hemos cambiado el orden de impartición de dos asignaturas dentro del primer cuatrimestre a petición de los alumnos, para una mejor complementariedad de los conceptos tratados.

7. Valoración global del título (autoevaluación)

El máster ofrece formación de calidad en gestión y en políticas y economía agroalimentaria y ambiental. Se trata de una formación que nuestros alumnos valoran a la hora de matricularse porque complementa sus grados, y también nos indican los egresados que les ha sido útil laboralmente. El máster ocupa un espacio en la economía agroalimentaria española y es conocido, si bien creemos que a futuro es importante concretar en más matrículas para mejorar la sostenibilidad del título. Por ello seguimos trabajando con algunas acciones de mejora, y proponiendo nuevas y adaptando alguna ya en curso. La interlocución alumnos-profesores-gestión es muy fluida y es otro punto fuerte del máster. Tenemos una red de empresas que nos apoyan acogiendo a los alumnos en prácticas y, sin perjuicio de esta, queremos apoyarnos también en las cátedras en empresa cercanas para potenciar este ámbito.

8. Sugerencias de mejora del SIQ

Opcionalmente evaluad y proponed sugerencias de mejora del sistema de garantía de calidad de los títulos