

ALGUNAS MEJORAS IMPLANTADAS COMO CONSECUENCIA DE LA PUESTA EN FUNCIONAMIENTO DEL SGIC

1. **Obtención de información participación en proyecto de innovación docente** en los que participan profesores de las tres Universidades que participan en el Master Obtención a través de comunicación con los Decanatos de la Facultades respectivas. Elaborado por la Comisión de Coordinación Académica. Implementado en Curso 2024-2025.
2. **Proceso de preinscripción y matrícula** en el que algunos admitidos al no matricularse aunque hace que el numero de alumnos no sea igual al de plazas ofertadas. Para ello, se ha ampliado el numero de admitidos algo por encima del número de plazas.
3. **Matriculas espejo.** Se ha conseguido que todos los alumnos no UCM dispongan de identificación de esta universidad y puedan acceder al campus virtual, programa docencia y otros servicios UCM
4. **Mejora de la difusión de la actividad del Máster a partir de linkedIn.** Incidir en el contacto con los alumnos a través de LinkedIn, o cualquier otra vía de comunicación profesional.

Evidencias del punto 3:

El máster dispone de una cuenta de LinkedIn, que tiene más de 1000 seguidores, y desde donde se ha hecho el esfuerzo de contactar con egresados, alumnos actuales y restos de grupos de interés del máster.



Figura 1. Perfil de la cuenta del MEGIN en LinkedIn.

Desde esta cuenta, así como desde los propios alumnos y profesores, se da difusión a ciertas actividades realizadas, como las visitas a empresas o instituciones, o la concesión del Premio Schumpeter al mejor expediente académico del curso anterior.



Figura 2. Publicación en LinkedIn de la concesión del premio Schumpeter año 2023, por parte de la alumna ganadora.



Figura 3. Publicación en LinkedIn por parte de un profesor del Máster, haciéndose eco de la concesión del premio Schumpeter año 2024, y de la visita al CESEDEN.

Adicionalmente, la cuenta de LinkedIn del Máster hace difusión del proyecto de YouTube asociado “Inventando la Rueda”.



Figura 4. Publicación de la cuenta de LinkedIn del Máster.

Por último, profesores comparten eventualmente contenido del realizado en el Máster, como la presentación anual o alguna visita destacada. En este caso en particular se puede notar el elevado grado de interacciones (más de 50 personas, muchas de ellas alumnos y alumni del Máster) e impresiones (cercanas a las 2.000 en apenas 5 días).



Figura 5. Publicación de lanzamiento del curso 2025-2026.

En su conjunto, estas evidencias muestran muy a las claras la evolución del Máster en lo referente a su difusión de puertas afuera.