

Informe sobre la propuesta de modificación del Título oficial

Denominación:	Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Cádiz
Universidad/es:	Universidad de Cádiz
Centro/s:	• Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Universidad/es participante/s:	Universidad de Cádiz
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas

La Dirección de Evaluación y Acreditación de la Agencia Andaluza del Conocimiento (DEVA) ha procedido a evaluar la modificación realizada en el plan de estudios que conduce al Título universitario oficial arriba citado, de acuerdo con lo establecido en el artículo 25 del RD 861/2010 de 2 de julio, por el que se modifica el RD 1393/2007, de 29 de octubre y con el Protocolo de evaluación para la verificación de Títulos Oficiales (Grado y Máster) (REACU).

La evaluación de la modificación propuesta del plan de estudios se ha realizado por la Comisión de Evaluación de la Rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas.

De acuerdo con el procedimiento legalmente establecido, la Comisión de Emisión de Informes emite un informe de evaluación FAVORABLE.

Motivación:

Se propone un cambio en el itinerario curricular de doce asignaturas y una actualización de diferentes partes de la memoria.

Se aceptan las siguientes modificaciones:

Criterio 1. Descripción del título

Actualización del enlace al Reglamento de Permanencia en los estudios oficiales de Grado.

Criterio 4. Acceso y Admisión de Estudiantes

Actualización de los sistemas de información previo, requisitos de acceso y criterios de admisión, apoyo a estudiantes y sistema de transferencia y reconocimiento de créditos.

Criterio 5. Planificación de las enseñanzas

Se cambian de semestre 12 asignaturas que se detallan a continuación. La propuesta es coherente con los objetivos del Título y aporta una mejor continuidad a las enseñanzas agrupando asignaturas relacionadas en semestres consecutivos dentro del mismo curso.

Introducción a las finanzas empresariales: 1C-1S que pasa a 2C-3S

Introducción al Marketing: 1C-2S que pasa a 1C-1S

Dirección de Marketing: 2C-3S que pasa a 1C-2S

Derecho Empresarial II: 2C-3S que pasa a 3C-6S

Dirección de Empresas: 2C-3S que pasa a 2C-4S

Comportamiento del consumidor: 2C-4S que pasa a 2C-3S

Sociología y técnicas cualitativas de investigación aplicadas al consumo: 2C-4S que pasa a 3C-5S

Creatividad y casos prácticos en marketing: 2C-4S que pasa a 3C-6S

Investigación de Mercados I: 3C-5S que pasa 2C-3S

Métodos econométricos para la Investigación de Mercados 3C-5S que pasa a 4C-7S

Investigación de Mercados II: 3C-6S que pasa a 2C-4S

Gestión y proceso de datos: 3C-6S que pasa a 3C-5S

Criterio 6. Personal académico y de apoyo

Se actualizan los datos referentes al personal de administración y servicios proporcionándose información detallada de todos ellos. Son suficientes y adecuados.

Criterio 9. Sistema de Garantía de Calidad

Se actualiza la URL sobre el sistema de Garantía de calidad incluyéndose el enlace correspondiente.

Criterio 10. Calendario de Implantación

Se explicita en la propuesta que "Las modificaciones que se solicitan entrarán en vigor en el

curso académico 2021/2022, salvaguardando los derechos de los alumnos matriculados actualmente."

Se actualizan los nombres de los responsables del título.

La Universidad deberá informar adecuadamente al alumnado de las modificaciones aceptadas a través de los canales disponibles.

En Córdoba, a 29/04/2021

**EL DIRECTOR DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN
DE LA AGENCIA ANDALUZA DEL CONOCIMIENTO**




Fdo.: Sebastián Chávez de Diego