

INFORME FINAL DE EVALUACIÓN DE LA SOLICITUD PARA LA MODIFICACIÓN SUSTANCIAL DEL TÍTULO OFICIAL DE GRADO O MÁSTER

Código del Título	2503083
Denominación	Graduado o Graduada en Marketing y Comunicación Digital por la Universidad Pablo de Olavide
Universidad solicitante	Universidad Pablo de Olavide
Centro/s	41015883 Centro Universitario San Isidoro (Universidad Pablo de Olavide)
Universidad/es Participante/s	
Ámbito de Conocimiento	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo

La Agencia para la Calidad Científica y Universitaria de Andalucía (ACCUA), ha procedido a evaluar la modificación "sustancial" del Título universitario oficial arriba citado, de acuerdo con lo establecido en el artículo 26 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de la calidad.

La evaluación del plan de estudios ha sido realizada por la Comisión de Evaluación de la Rama de Ciencias Económicas y Empresariales a la que se asignó el título, formada por personas expertas del ámbito académico nacional e internacional, profesionales y estudiantes. En caso de que haya sido necesario, en dicha evaluación también han podido participar personas expertas externas a la Comisión que aportan informes adicionales a la misma.

Dicha Comisión de evaluación, de forma colegiada, ha valorado el Plan de Estudios de acuerdo con los criterios recogidos en la Guía de apoyo para la elaboración de la memoria verificada de títulos oficiales (Grado y Máster), haciendo una propuesta de informe a la Comisión de Emisión de Informes

De acuerdo con el procedimiento legalmente establecido, finalizado el plazo de presentación de subsanación y alegaciones, la Comisión de Emisión de Informes, reunida en sesión ordinaria, emite un informe definitivo de evaluación.

El resultado de esta evaluación es:

FAVORABLE con aspectos que serán de especial seguimiento

El presente informe recoge únicamente la evaluación de los aspectos solicitados en el formulario de modificaciones presentadas a ACCUA, no considerándose evaluados aquellos aspectos que la Universidad haya modificado en la memoria y no hayan sido solicitados expresamente.

Motivación:

1. Descripción, objetivos formativos y justificación del título

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	MARIA DEL PILAR MARTINEZ JIMENEZ	21/07/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmL8N6A9758RFTX48DNTXTBCPXF	PÁG. 1/3	

Se modifica parcialmente la denominación del Grado a Graduado o Graduada en Marketing y Comunicación Digital. La denominación del Grado se actualiza atendiendo a los resultados y al contenido del plan de estudios.

Se actualiza la justificación del interés del título y contextualización alineándose con la nueva denominación del Grado.

Se adscribe al ámbito de conocimiento de "Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, máquetin, comercio, contabilidad y turismo". Se cumple que 30 ECTS (50% de los ECTS) de formación básica están adscritos al ámbito de Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, máquetin, comercio, contabilidad y turismo.

Las prácticas externas del título pasan de 6 a 12 ECTS, serán de carácter anual y el aumento responde a las indicaciones del estudiantado, empresas y tutores.

Se actualiza el perfil de egreso incluyendo a los profesionales en marketing y comunicación digital, capaz de crear, gestionar y analizar estrategias integradas de marketing y comunicación.

2. Resultados del proceso de formación y de aprendizaje

Se incorporan los resultados de aprendizaje según la adaptación del título al RD 822/2021. Las competencias del título, se han redefinido y agrupado a los efectos de expresarlas como resultados, en términos de conocimientos, competencias y habilidades (9 conocimientos, 5 competencias y 13 habilidades) garantizando una vinculación equilibrada entre las áreas de Marketing y Comunicación Digital.

3. Admisión, reconocimiento y movilidad

Se ha adaptado la normativa de admisión, reconocimiento y movilidad al RD 822/2021.

4. Planificación de las enseñanzas

Se modifica el plan de estudios pasando de 156 Créditos obligatorios a 150 ECTS y de 6 a 12 ECTS de practicas externas. Se mantiene los 60 ECTS de formación básica, 12 optativos y 6 TFG.

Se modifica el carácter de algunas asignaturas, también se han modificado y adaptado la denominación de diferentes asignaturas para adaptar contenidos.

Se modifican las actividades formativas, metodologías docentes y sistemas de información adaptándolos al nuevo Grado.

5. Personal académico y de apoyo a la docencia

Se actualiza el personal docente disponible para el título contando con 25 doctores sobre un total de 48 profesores asignados al título, 6 sexenios y 5 quinquenios.

6. Recursos para el aprendizaje: materiales e infraestructurales, prácticas y servicios

Se actualizan los recursos materiales. Si bien se facilita un listado de empresas para la realización de las prácticas externas, se comprueba que dicho convenio marco no incluye a la titulación por lo que no se puede verificar que sean de aplicación a la titulación. Se indica que el listado de convenios se actualizarán conforme corresponda renovar los convenios, lo que será un aspecto de especial seguimiento y, en todo caso, una vez que los estudiantes que la cursen estén en disposición de realizar prácticas.

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	MARIA DEL PILAR MARTINEZ JIMENEZ	21/07/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmL8N6A9758RFTX48DNTXTBCPXF	PÁG. 2/3	

Aspectos que serán de especial seguimiento:

- Será un aspecto de especial seguimiento la revisión de la actualización de los convenios y, en todo caso, una vez que los estudiantes que la cursen estén en disposición de realizar prácticas.

7. Calendario de implantación

El cronograma de implantación propone iniciar los estudios de grado, primer año, en el curso académico 2026-27.

8. Sistema Interno de Garantía de la Calidad

Se actualiza los enlaces del SIGC y del PAT. Se actualiza la información pública del título y la incorporación del plan de acción tutorial además del plan de tutorización y el Plan de Accesibilidad e inclusión de la Diversidad Funcional.

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

Córdoba, a fecha de la firma electrónica

LA DIRECCIÓN

P.S. LA COLABORADORA TÉCNICA DE LA AGENCIA
PARA LA COORDINACIÓN DEL ÁREA DE EVALUACIÓN
Y ACREDITACIÓN DE ENSEÑANZAS SUPERIORES
(art. 20.3 de los Estatutos de la Agencia, aprobados
por Decreto 17/2023, de 14 de febrero)

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	MARIA DEL PILAR MARTINEZ JIMENEZ	21/07/2025	
VERIFICACIÓN	Pk2jmL8N6A9758RFTX48DNTXTBCPXF	PÁG. 3/3	