

INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE MODIFICACIÓN DE TÍTULO OFICIAL

Denominación del Título	Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Valladolid
Universidad solicitante	Universidad de Valladolid
Centro/s	• Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad/es participante/s	Universidad de Valladolid
Rama de Conocimiento	Ciencias Sociales y Jurídicas

De conformidad con lo previsto en el artículo 28 del Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre, en relación con el procedimiento para la modificación de los planes de estudios conducentes a la obtención de títulos oficiales ya verificados, el Consejo de Universidades ha trasladado a la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León (ACSUCYL) la propuesta de modificación del plan de estudios conducente al título oficial de Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Valladolid, que ha tenido entrada en la Secretaría del Consejo de Universidades con fecha 7 de octubre de 2019 y ésta ha remitido la propuesta a ACSUCYL con fecha 7 de octubre de 2019, para que se lleve a cabo su valoración por esta Agencia en el plazo establecido en el citado artículo 28.

En la propuesta, presentada a través de la sede electrónica del Ministerio de Educación, se solicita modificar los siguientes aspectos del plan de estudios:

Criterio IV: Acceso y admisión de estudiantes

[1] Apartado 4.2. Se actualiza la información correspondiente al Procedimiento de acceso.

[2] Apartado 4.4. Se actualiza la normativa de transferencia y reconocimiento de créditos.

Criterio V: Planificación de las enseñanzas.

Apartados 5.1. y 5.5.

[3a] Se modifican los requisitos previos de las fichas de las materias Prácticas Externas y Trabajo Fin de Grado, así como de las asignaturas correspondientes. Esta modificación es recogida en el Seguimiento del título en el año 2018

[3b] Se modifica la materia Comercialización e Investigación de Mercados (CIM) al pasar la asignatura de Marketing Digital de ser optativa a obligatoria.

[3c] Se añade como optativa la asignatura de Herramientas de Marketing Digital para completar la anterior. Se elimina la asignatura Dirección de Marketing II por lo que la asignatura de Dirección de Marketing I pasa a denominarse Dirección de Marketing.

[3d] La asignatura Políticas de Producto y Precio, actualmente obligatoria del Curso 3 (semestre 1), sigue siendo obligatoria y mantiene su duración, pero pasa a impartirse en el Curso 2 (semestre 2).

[3e] La asignatura Distribución Comercial, actualmente obligatoria del Curso 3 (semestre 2), sigue siendo obligatoria e impartándose en el mismo curso, pero pasa al Semestre 1, ocupando el hueco dejado por la asignatura de Políticas de Producto y Precio. Asimismo, la duración de Distribución Comercial se reduciría de 6 a 4,5 ECTS.

[3f] Los cambios indicados dan lugar a una redistribución de la organización temporal y a una modificación en la ficha de la materia indicada: contenidos, resultados del aprendizaje y distribución en horas de las actividades formativas, así como en las fichas de las asignaturas incluidas en dicha materia, así como otras modificaciones, en las fichas de las asignaturas, correspondientes al apartado de comentarios adicionales donde se indican las asignaturas que se recomienda cursar con anterioridad.

Criterio X: Calendario de implantación

[4] Apartado 10.1: Se realiza el cronograma de implantación de las modificaciones propuestas

Criterio XI: Representante y responsable del título

[5] Apartado 11.2. y 11.3: se actualiza el responsable legal y el solicitante por parte de la universidad; nuevo Vicerrector de Ordenación Académica: Abel Calle Montes"

El siguiente Informe recoge únicamente la evaluación de los aspectos señalados en la solicitud de modificaciones presentada a través de la sede electrónica del Ministerio de Educación, no considerándose evaluados aquellos aspectos que la Universidad haya modificado respecto a la memoria verificada y que no hayan sido señalados en el formulario de modificación.

Analizada la documentación remitida por la Universidad y considerando que la propuesta afecta a la naturaleza y objetivos del título verificado, la Comisión de Evaluación de Titulaciones de ACSUCYL, en su sesión de fecha 11 de diciembre de 2019, vista la Ponencia del Comité de Evaluación de Ciencias Económicas de fecha 26 de noviembre de 2019, emite **informe aceptando las modificaciones propuestas.**

Asimismo, para la mejora de la propuesta, se propone incluir las siguientes **recomendaciones**, que serán objeto de revisión en futuros procesos de evaluación externa a los que se someta el Título.

Criterio III. Competencias

Se recomienda introducir alguna competencia relacionada directamente con el marketing digital para ajustarlas a la nueva ordenación del Título.

Criterio V: Planificación de las enseñanzas.

Se recomienda incorporar en la asignatura "Herramientas de Marketing Digital" algún resultado de aprendizaje directamente relacionado con el manejo de las herramientas de marketing digital más extendidas.



Fdo: Dña. Isabel Velázquez Soriano
Presidenta de la Comisión de
Evaluación de Titulaciones de ACSUCYL