

## INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE MODIFICACIÓN DE TÍTULO OFICIAL

<b>Denominación del Título</b>	Graduado o Graduada en Marketing y Comunicación por la Universidad Pontificia de Salamanca
<b>Universidad solicitante</b>	Universidad Pontificia de Salamanca
<b>Centro/s</b>	• Facultad de Comunicación
<b>Universidad/es participante/s</b>	Universidad Pontificia de Salamanca
<b>Rama de Conocimiento</b>	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 y Comunicación por la Universidad Pontificia de Salamanca, que ha tenido entrada en la Secretaría del Consejo de Universidades con fecha 30/09/2021 y esta ha remitido la propuesta a ACSUCYL con fecha 04/10/2021, para que se lleve a cabo su valoración por esta Agencia en el plazo establecido en el citado artículo 28.

### Criterio I: Descripción del título

#### Apartado 1.3:

[1a] Se solicita un aumento de 10 plazas de nuevo ingreso, acorde a la demanda y para igualarlo al resto de grados de la Facultad de Comunicación.

[1b] Se actualiza el enlace a la normativa de permanencia en la UPSA.

[1c] Se elimina como centro de impartición del Grado la Facultad de Ciencias del Seguro, Jurídicas y de la Empresa.

### Criterio II: Justificación del título

[2] Apartado 2.1: Se eliminan las referencias al centro de la Facultad de Ciencias del Seguro, Jurídicas y de la Empresa de Madrid, por no llegarse a impartir el Grado en ningún curso desde su aprobación.

### Criterio III: Competencias

[3] Apartado 3.2 Se revisan las competencias transversales sintetizándose en cinco,

comunes al resto de competencias transversales de los grados del mismo centro.

[4] Apartado 3.3 Se incluyen 2 nuevas competencias específicas CE36 y CE37.

Criterio IV: Acceso y admisión de estudiantes

Apartado 4.1.

[5a] Se indica en el perfil de ingreso recomendado la modalidad de Bachillerato más adecuada para acceder al Grado.

[5b] Se indica el requisito de acreditación como mínimo de un nivel B1 de inglés y de un nivel B1 de español para los estudiantes extranjeros cuya lengua nativa no sea el español

[6] Apartado 4.2: Se actualiza la información de acceso y admisión y se añade como requisito de admisión acreditar como mínimo un nivel B1 de inglés.

[7] Apartado 4.4: Se actualiza la información y normativa sobre el sistema de transferencia y reconocimiento de créditos a la última versión aprobada por la UPSA.

Criterio V: Planificación de las enseñanzas.

Apartado 5.1:

[8a] Se han reflejado como asignaturas de formación básica en las distintas tablas de este apartado los 24 ECTS de las asignaturas instrumentales e identitarias de la UPSA.

[8b] Se han actualizado los contenidos, resultados de aprendizaje, competencias, sistemas de evaluación y metodologías docentes de algunas asignaturas.

[8c] Cambian la unidad temporal de 4 asignaturas, para una mejor adquisición de las competencias por parte del estudiante: Visión cristiana del hombre y la sociedad, Brand Strategic Planning, Digital Marketing y Business Communication.

[8d] Se corrigen erratas en el número de ECTS o tipología en las fichas de 3 asignaturas: Business Communication, Políticas de precio y Comportamiento del consumidor.

[8d] Cambian de denominación 3 asignaturas para hacerlas más acordes a la realidad profesional: Digital Marketing, Técnicas cualitativas de investigación de mercados, y Corporate Social Responsibility.

[8e] Cambian de idioma inglés la asignatura Marketing Plan, que ahora se denomina Plan de Marketing y se impartirá en español. Cambia el idioma de impartición, español, de la asignatura Macroeconomía, que ahora se impartirá en inglés y cambia su denominación a Macroeconomics.

[8f] Se sustituye la asignatura Hecho religioso y fe cristiana por Ética y deontología

profesional, que también cambia de unidad temporal.

[8g] Se reduce la oferta de asignaturas de la materia Formación instrumental a tres asignaturas, en lugar de 6.

[9] Apartado 5.3: Se matizan algunas metodologías docentes y se añaden algunas nuevas, acordes a las nuevas tendencias sobre innovación educativa.

[10] Apartado 5.4 Se matizan algunos sistemas de evaluación.

Apartado 5.5:

[11a] En la actividad formativa Prácticas en entornos reales de la asignatura Prácticas externas, se corrige la errata de 100 horas en lugar de 150.

[11b] Se corrige el % de presencialidad en las fichas de las materias.

[11b] Se introducen en las fichas de este apartado los cambios descritos en el apartado 5.1.

CRITERIO VI:

[12] Apartado 6.1: Se actualiza la información sobre el profesorado de la Facultad de Comunicación. Se incluye la adecuación del profesorado para impartir las asignaturas en inglés. Se elimina la información relativa al profesorado del centro de Madrid. Se elimina de la tabla de porcentajes por categoría el profesorado de Madrid, restableciendo los datos iniciales de verificación del título.

[13] Apartado 6.2: Se actualiza la información relativa a otros recursos humanos y los mecanismos para asegurar la igualdad entre hombres y mujeres y la no discriminación de personas con discapacidad. Se elimina la información relativa a los recursos del centro de Madrid.

Criterio VII

[14] Apartados 7.1: Se elimina la información de este apartado relativa al centro de Madrid.

Criterio VIII

[15] Apartado 8.1 Se han actualizado las tasas de graduación, abandono y eficiencia, considerando la evolución del título, las tasas de la universidad y del resto de universidades privadas de Castilla y León.

Criterio X

[16] Apartados 10.1: Se indica cuándo se implantará la modificación.

Criterio XI: Representante y responsable del título

[17] Apartados 11.1 y 11.3: se actualiza el responsable del título, y el solicitante.

La siguiente ponencia recoge únicamente la evaluación de los aspectos señalados en la solicitud de modificaciones presentada a través de la sede electrónica del Ministerio de Universidades, 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.

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 Universidades, 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 10/03/2022, vista la Ponencia del Comité de Evaluación de Ciencias de Económicas de 1 de marzo del 2022 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 revisar la eliminación de las competencias transversales al tratarse de habilidades de gran relevancia para un/a graduado/a en marketing y comunicación (Ej.: trabajo en equipo, emprendimiento, comunicación en inglés, manejo de las TIC o creatividad, entre otras). La adquisición de estas habilidades por parte de los graduados será aspecto de seguimiento en futuros procesos de evaluación.

#### Criterio V: Planificación de las enseñanzas.

Se recomienda revisar los sistemas de evaluación para garantizar que los rangos definidos resulten de aplicación.

Se recomienda realizar una revisión en los datos presentados en el criterio 5 ya que existen inconsistencias. Ej.: la materia 8 del módulo 7 indica en su distribución temporal que en el octavo semestre se imparten 3 ECTS, cuando la asignatura que se imparte en el mismo es "Brand Strategic Planning" de 6 ECTS.

#### Adaptaciones al Real Decreto 822/2021

Teniendo en cuenta que el presente informe se ha emitido conforme a la norma vigente en el momento de la presentación de su solicitud (Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre) y que con fecha 19 de octubre de 2021 ha entrado en vigor el 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 su calidad, se informa de que la mencionada legislación ha modificado algunos aspectos objeto de los procesos de evaluación de los títulos

universitarios oficiales (verificación, modificación, seguimiento y renovación de la acreditación), que requerirán cambios que tendrá que acometer la Universidad para adaptarse a la nueva normativa.

En el momento de la realización de este informe y considerando únicamente los aspectos evaluados en el mismo, sin perjuicio de que puedan ser necesarios más cambios por parte de la Universidad en cumplimiento del Real Decreto 822/2021, los aspectos detectados que demandarán actualizaciones son:

- La adaptación de la normativa de reconocimiento y transferencia de créditos de la Universidad ajustando los ECTS susceptibles de reconocimiento por Enseñanzas Superior Oficiales no Universitarias a 60 ECTS.
- La adaptación de las asignaturas de formación básica que pertenezcan al ámbito de conocimiento del Título de acuerdo al anexo I a 36 ECTS.
- El sistema de evaluación del TFG debe recoger expresamente el carácter público de la defensa.



Fdo: D. Enrique Amezua San Martín  
Presidente de la Comisión de  
Evaluación de Titulaciones de ACSUCYL