

EVALUACIÓN DE LA SOLICITUD DE VERIFICACIÓN DE TÍTULO OFICIAL

Identificación del título

Denominación: Graduado o Graduada en Marketing por la Universidad Rovira i Virgili

Universidad/des: Universidad Rovira i Virgili

Centro/s: ESIC Business & Marketing School

Rama: Ciencias Sociales y Jurídicas

Introducción

Para impartir enseñanzas oficiales y expedir los correspondientes títulos oficiales, el artículo 35 de la Ley orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de universidades, modificada por la Ley orgánica 4/2007, de 12 de abril, establece que las universidades han que tener la autorización pertinente de la comunidad autónoma y obtener la verificación del Consejo de Universidades por la cual el plan de estudios correspondiente se ajusta a las directrices y las condiciones establecidas por el Gobierno.

Estas condiciones se concretan en el artículo 24 y siguientes del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el cual se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. En este sentido, la Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU Catalunya) ha establecido junto con el resto de agencias que cumplen los criterios establecidos en el artículo 24.3 de dicho Real Decreto, los criterios y directrices necesarios para la evaluación de las propuestas de nuevos títulos universitarios. En todo caso dicha evaluación se lleva a cabo en consonancia con lo dispuesto en el Marco para la verificación, el seguimiento, la modificación y la acreditación de los títulos oficiales (MVSMA) de AQU Catalunya y de acuerdo con los estándares y directrices europeos de aseguramiento de la calidad.

La Comisión de Evaluación de la Calidad de la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Cataluña, de acuerdo con el artículo 140.2.a) de la Ley 1/2003, de 19 de febrero, de universidades de Cataluña, es el órgano competente para la aprobación del procedimiento de evaluación de las enseñanzas conducentes a la obtención de los títulos oficiales que imparten las universidades i los centros docentes de enseñanza superior.

Resultado

Una vez el Consejo de Universidades ha enviado la propuesta del plan de estudios a AQU Catalunya y esta ha sido evaluada por la Comisión Específica de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Comisión de Evaluación de la Calidad, dicha comisión ha acordado valorar FAVORABLEMENTE la propuesta de plan de estudios considerando que:

Descripción del título

La denominación del título es adecuada, coherente con la disciplina y no da lugar a errores sobre su nivel o efectos académicos.

La Universidad informa adecuadamente sobre el centro responsable, la oferta de plazas de nuevo ingreso y la modalidad de impartición, al tiempo que dispone de una normativa académica aprobada que contempla criterios y requisitos de matriculación y de permanencia en la titulación.

Justificación

La Institución presenta una justificación que incluye el interés académico del título y su contexto, incorporando referentes externos.

Competencias

El perfil de formación (redactado en competencias) es adecuado en lo que se refiere al contenido y nivel académico.

Acceso y admisión de estudiantes

La institución presenta información sobre el acceso y admisión de los estudiantes, los mecanismos de información previa a la matriculación, los procedimientos de soporte y orientación a los estudiantes. Aporta también la normativa sobre la transferencia y reconocimiento de créditos, así como la información necesaria para el reconocimiento de ECTS de los estudiantes matriculados a la titulación propia a la que substituye el Grado.

Planificación de la titulación

La información sobre la Planificación de la titulación es adecuada. Existe coherencia entre el

conjunto de los módulos o materias del plan de estudios y las competencias del título; también entre los resultados de aprendizaje y los métodos de enseñanza, las actividades formativas y las actividades de evaluación que se proponen. La Comisión considera que podría ser aconsejable la inclusión de una asignatura denominada “Sociología del consumo”.

A las Practicas Externas se les otorgan 24 ETCS, por lo que se les dota de un peso específico muy importante dentro del Plan de Estudios. Para que haya una adecuada correspondencia con tal entidad, se dispone de un Reglamento de prácticas académicas externas que se adecua al marco genérico de la normativa de prácticas externas de la propia URV, pero que, por plazos, no ha sido posible aprobarlo antes de la entrega de la memoria. Este aspecto deberá ser tenido en cuenta en futuros procesos de seguimiento de la titulación.

Además la Institución informa de la planificación temporal y dedicación de los estudiantes, los mecanismos de coordinación docente y las acciones de movilidad.

Personal académico y de apoyo

El profesorado es pertinente y suficiente con relación a las características del título y al número de estudiantes. El número previsto de profesores que van a impartir el Grado en Marketing (29) parece suficiente, y en términos generales estos profesores tienen una amplia experiencia docente, y la experiencia profesional media acumulada es muy elevada.

No obstante, el profesorado no cuenta con sexenios y el conjunto de los 29 profesores han publicado 19 artículos en revistas internacionales, de las cuales, 5 son JCR, 1 Scopus, 87 artículos publicados en revistas españolas, de los cuales 1 es JCR, 24 libros escritos, 38 capítulos de libros, 81 ponencias en Congresos de Investigación, 10 Notas Técnicas, 4 Casos de Estudio y 3 Working Papers. No se cita ningún proyecto de investigación. Esta escasa capacidad investigadora se justifica por el poco tiempo que lleva ESIC como centro adscrito a una universidad catalana. Si bien el Centro indica que ya ha empezado a incentivar la investigación, la Comisión considera que a medio plazo se deberá mantener e incrementar el potencial investigador del equipo de profesorado. Esta necesaria mejora en la mayor cualificación académica, a nivel de doctores, doctores acreditados y de mayor nivel investigador será un tema de análisis en posteriores fases de seguimiento y acreditación.

Recursos materiales y servicios

La Institución informa sobre los recursos materiales y servicios en la Universidad, así como

sobre su previsión.

Resultados previstos

La Universidad informa sobre los resultados previstos y aporta el mecanismo para valorar el progreso y los resultados del aprendizaje de los estudiantes.

Sistema de garantía de la calidad

La Universidad informa del sistema de garantía interna de la calidad previsto para la titulación.

Calendario de implantación

La Institución informa del calendario de implantación. En el curso 2017-18 se implantarán 1º y 2º curso (en segundo entrarán los estudiantes procedentes del Bachelor en Marketing). En el 2018-19 se implantará 3º curso y en el 2019-20 4º curso.

El presidente de la Comisión Específica de Ciencias Sociales y Jurídicas



Jordi Suriñach Caralt

Barcelona, 31/05/2017