

EVALUACIÓN DE LA SOLICITUD DE VERIFICACIÓN DE TÍTULO OFICIAL

Identificación del título

Denominación: Máster Universitario en Marketing de Medios Sociales por la Universidad de Lleida

Universidad/des: Universidad de Lleida

Centro/s:

- Facultad de Derecho
- Economía y Turismo

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, si bien la Comisión considera que la Institución podría haber profundizado más en el análisis de los referentes internacionales.

Competencias

El perfil de formación (redactado en competencias) es adecuado, tanto por lo que se refiere a su formulación, como a la estructura, al contenido y nivel académico.

Acceso y admisión de estudiantes

La Institución presenta información sobre los mecanismos accesibles y adecuados de información previa a la matriculación y los procedimientos de acogida y orientación a los estudiantes de nuevo ingreso.

Para aquellos alumnos que no procedan de las titulaciones de acceso preferente o recomendado deberán cursar dos asignaturas adicionales de 6 créditos ECTS cada una de ellas (en el primer semestre se cursará una asignatura en Dirección de Marketing y en el

segundo semestre se cursará la asignatura denominada Marketing estratégico). Si bien, al ser complementos de formación, no pueden formar parte del plan de estudios del máster, en futuros procesos de modificación del título debería concretarse, de cara al alumnado, en qué momento se deberán cursar y cómo poder realizarlos sin que choque con el calendario docente del máster. En cualquier caso, ya desde el inicio de la implantación del máster, se trata de asegurar que los estudiantes reciban los complementos antes que se requiera para seguir normalmente el máster. El análisis del cumplimiento de este tema será objeto de revisión en fases de seguimiento y acreditación.

Asimismo, aporta la normativa sobre la transferencia y reconocimiento de créditos.

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; existe un solo módulo común de marketing de medios sociales, de modo que este aspecto del marketing se ve desarrollado en distintas asignaturas obligatorias y optativas. Las materias obligatorias comunes son coherentes y complementarias entre sí y pretenden dar una base sólida en marketing de medios sociales, centrándose en aportar conocimiento y competencias en los aspectos del marketing más específicos y relacionados con los medios sociales.

Existe coherencia entre los resultados de aprendizaje y los métodos de enseñanza, las actividades formativas y las actividades de evaluación que se proponen.

En el acceso al máster se requiere nivel de inglés B2, y se ha tenido en cuenta que los estudiantes cursen como mínimo una asignatura obligatoria entera en inglés: "Redes sociales" y también otra asignatura 100% en inglés durante sus respectivas especializaciones optativas.

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. No obstante, la Comisión aconseja seguir mejorando durante los próximos cursos la especialización del profesorado, cuestión que será objeto de seguimiento por parte de la Comisión.

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 Institución dispone de un sistema de garantía interna de la calidad AUDIT evaluado favorablemente por AQU Catalunya.

Calendario de implantación

La Institución informa del calendario de implantación.

El presidente de la Comisión Específica de Ciencias Sociales y Jurídicas



Jordi Suriñach Caralt

Barcelona, 29/07/2016