

EVALUACIÓN DE LA SOLICITUD DE MODIFICACIÓN DE TÍTULO OFICIAL

Identificación del título

Denominación: Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universitat Oberta de Catalunya

Menciones: Mención en Comunicaciones de marketing, Mención en Marketing global, Mención en Marketing digital y comercio electrónico

Universidad/des: Universitat Oberta de Catalunya

Centro/s:

- Universitat Oberta de Catalunya

Rama: Ciencias Sociales y Jurídicas

Introducción

Conforme a lo establecido en el artículo 25 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, la Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya ha procedido a evaluar el plan de estudios que conduce al Título universitario oficial arriba citado.

La evaluación de las modificaciones se ha realizado de forma colegiada por la Comisión Específica de Ciencias Sociales y Jurídicas. La evaluación se ha llevado a cabo de acuerdo con la Guía para la elaboración y verificación de las propuestas de titulaciones universitarias de grado y máster. Esta guía recoge los criterios y directrices que establece el Protocolo de evaluación para la verificación de títulos universitarios oficiales elaborado conjuntamente por las agencias que cumplen los requisitos establecidos en el artículo 24.3 del RD 1393/2007.

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 emitir el presente informe.

Con carácter previo, se hace constar que el presente informe únicamente recoge la evaluación de los aspectos señalados en la solicitud de modificaciones presentadas a AQU Catalunya, no

considerándose evaluados aquellos aspectos que la Universidad haya modificado en la memoria y no hayan sido solicitados expresamente.

La Universidad propone las modificaciones siguientes:

- Incorporación de tres menciones: Comunicaciones de marketing, Marketing global, y Marketing digital y comercio electrónico. No es necesario cursar una mención para obtener el título.
- Ajustes de redacción en el apartado Justificación, y actualización del estado de acreditación del programa.
- Incremento del número máximo de créditos a reconocer a los estudiantes que provienen de CFGS, así como la previsión de posibles CFGS de origen a los que puede aplicarse este reconocimiento de créditos. En cuanto a este reconocimiento de créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias (RD 1618/2011), se recuerda que una vez se establezca el mecanismo entre la universidad y la administración educativa correspondiente, la titulación deberá aplicar e informar de dicha normativa a los estudiantes.
- Incremento del número de créditos posibles a reconocer por experiencia profesional (RAEP).
- Sustitución de la asignatura optativa Negocio electrónico por Estrategias de márketing digital (6 ECTS); inclusión de las nuevas asignatura optativa Business Game: simulación de negocios, Marketing en medios sociales y Analítica en medios sociales; y actualización del cronograma de implantación para incorporar el cambio en las optativas.

Se evalúa FAVORABLEMENTE la solicitud de modificación del título.

El programa deberá informar adecuadamente a los estudiantes sobre las modificaciones efectuadas a través de los canales disponibles para ello.

El presidente de la Comisión Específica de Ciencias Sociales y Jurídicas



Jordi Suriñach Caralt

Barcelona, 21/03/2018