

# EVALUACIÓN DE LA SOLICITUD DE MODIFICACIÓN DE TÍTULO OFICIAL

## Identificación del título

**Denominación:** Máster Universitario en Marketing por la Universidad Autónoma de Barcelona

**Universidad/des:** Universidad Autónoma de Barcelona

**Centro/s:**

- Facultad de Economía y Empresa

**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.

Las modificaciones propuestas afectan a los requisitos de acceso y criterios de admisión y a la planificación del título. Además, se actualizan y homogeneizan también normativas y textos comunes de la Universidad:

- Se trasladan los objetivos globales del título al apartado Competencias. Se corrige el código de las competencias generales para homogeneizar con el resto de títulos de la UAB y se hace la siguiente aclaración: En los títulos de máster, la UAB trata como equivalentes los conceptos de competencia general y competencia transversal.
- Se corrige el código de las competencias específicas.
- Se incorpora la "Normativa académica de la Universidad Autònoma de Barcelona aplicable a los estudios universitarios regulados de conformidad con el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio", Título IX, Artículos 232 y 233, que hace referencia tanto a la preinscripción y acceso, como a la admisión y matrícula de los estudios de máster universitario. Se incorporan conocimientos de nivel C1 de castellano en los criterios de admisión.
- Se actualiza el apartado C (textos comunes de la UAB) sobre Apoyo a los estudiantes.
- Se actualiza la Normativa de transferencia y reconocimiento de créditos según el sistema propuesto por la Universidad.
- Se establecen complementos formativos para estudiantes sin formación instrumental adecuada.
- La oferta de plazas se sitúa en 40.
- Se incorpora un nuevo módulo optativo de 10 ECTS, "Marketing basado en datos y del comportamiento". La redacción del título de este módulo podría mejorarse.
- Se ha simplificado el redactado de los contenidos del módulo "Marketing sociopolítico". Se ha modificado y corregido el código de algunos resultados de aprendizaje, fruto de la incorporación del nuevo módulo y de igualar los códigos en el caso de módulos comunes con otros másteres. En todos los módulos, se ha homogeneizado la denominación de las metodologías docentes con las que figuran en el resto de estudios. Se han eliminado las

actividades formativas de evaluación, incorporándose estas horas de dedicación del estudiante a las actividades dirigidas o autónomas.

- Se mejora el redactado de coordinación del máster. Se actualiza el apartado de "Evaluación y sistema de calificación". Se actualiza el apartado 5.2 relativo a la "Movilidad" (textos comunes de la UAB).
- Se incorpora la Normativa académica de la UAB relativa a los requisitos de acceso y criterios de admisión.
- Se actualiza la tabla referente al personal de administración y servicios de apoyo al máster, donde se describe con más concreción la vinculación de dicho personal a la universidad. Se actualiza la Política de igualdad entre mujeres y hombres de la UAB.
- Se actualiza la información relativa al responsable del título, representante legal y solicitante, así como el documento de delegación de firma.
- Se informa sobre la URL correspondiente al manual del sistema de garantía interna de calidad de la Facultad de Economía y Empresa.

Se evalúa **FAVORABLEMENTE** la solicitud de modificación del título, si bien se sugiere revisar la denominación del nuevo módulo propuesto, "Marketing basado en datos y del comportamiento".

La titulación deberá informar adecuadamente a los estudiantes sobre las modificaciones efectuadas a través de los canales disponibles para ello en la Institución.

El presidente de la Comisión Específica de Ciencias Sociales y Jurídicas



Jordi Suriñach Caralt

Barcelona, 05/05/2017