

EVALUACIÓN DE LA SOLICITUD DE MODIFICACIÓN DE TÍTULO OFICIAL

Denominación: Graduado o graduada en Marketing e Investigación de Mercados

Universidad: Universitat Oberta de Catalunya

Centro: Universitat Oberta de Catalunya

Código del título: 2501284

Introducción

Los artículos 32 y 33 del 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 regulan los procedimientos para la modificación sustancial de los planes de estudios impartidos en centros universitarios no acreditados y acreditados institucionalmente, respectivamente.

La Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU Catalunya) ha establecido, junto con el resto de las agencias de calidad españolas, 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 los Estándares y criterios para la evaluación de la calidad correspondientes y la Guía aplicable de AQU Catalunya en este proceso; y de acuerdo con los estándares y directrices europeos de aseguramiento de la calidad (ESG).

La Comisión de Evaluación Institucional y de Programas (CAIP), de acuerdo con el artículo 19 del Decreto 315/2016, de 8 de noviembre, por el que se aprueban los Estatutos de la Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya, es el órgano competente para la evaluación, certificación, seguimiento y acreditación de las enseñanzas conducentes a la obtención de títulos oficiales y propios que imparten las universidades y otros centros de educación superior. La CAIP desarrolla su actividad mediante comisiones específicas.

Resultado

La **Comisión Específica de Ciencias Sociales 1** de la Comisión de Evaluación Institucional y de Programas, en la sesión de **14 de marzo de 2024**, ha evaluado la propuesta de modificación substancial del plan de estudios remitida por el Consejo de Universidades y emite el siguiente informe **FINAL FAVORABLE**:

La Institución propone las siguientes modificaciones a la memoria verificada:

- Se adaptan los apartados de la memoria teniendo en cuenta la estructura, contenido y extensión que se indica en el anexo II del RD 822/2021, y se incluyen los apartados que no existían en la anterior regulación.
- Se establece la adscripción de la titulación al ámbito de conocimiento “Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo”.
- Se suprime la Mención en Comunicaciones de marketing, la Mención en Marketing global y la Mención en Marketing digital y comercio electrónico, y se incorpora una nueva Mención en Sostenibilidad y transición digital en marketing e investigación de mercados, de 48 ECTS.
- Se adapta el apartado de resultados de aprendizaje de la titulación (RA-T), fruto de la adaptación de la memoria a los requisitos del RD 822/2021, y se incorpora la perspectiva de género en el perfil de aprendizaje (C5). Asimismo, la adaptación de la memoria al RD822/2021 conlleva la actualización de los resultados de aprendizaje específicos de cada materia (RA-M).
- Se actualizan los enlaces a la normativa académica de la UOC.
- Se modifica el número máximo de ECTS que se podrán reconocer por enseñanzas superiores no universitarias, pasando de un reconocimiento 78 ECTS a 60 ECTS.

Se actualiza el plan de estudios incluyendo ajustes en algunas de las materias, ajustes en los contenidos y tipología de algunas asignaturas, y el cambio de denominación, así como la incorporación y supresión de diversas asignaturas. Concretamente:

- Se cambia la tipología de la asignatura “Habilidades directivas”, de 6 ECTS, que pasa de ser optativa a ser obligatoria. En cambio, la asignatura “Técnicas de expresión escrita académica y profesional”, también de 6 ECTS, pasa de ser obligatoria, a ser optativa.
- Se modifican los contenidos de la asignatura básica “Introducción al derecho”, a los que se incorporan contenidos de la asignatura obligatoria “Régimen jurídico del mercado”.
- Se suprime la asignatura obligatoria: “Régimen jurídico del mercado”, de 6 ECTS y se añade la asignatura obligatoria “Proyecto de investigación de mercado”, de 6 ECTS.
- Se modifica el nombre de las siguientes asignaturas obligatorias: “Decisiones estratégicas de producción” pasa a denominarse “Decisiones estratégicas de operaciones; “Estadística aplicada” pasa a denominarse “Inferencia estadística”; “Estrategias y técnicas de

comunicación de marketing” pasa a denominarse “Comunicación de marketing integrada”; “Marketing cuantitativo” pasa a denominarse “Investigación de mercados cuantitativa”; e “Idioma moderno: Inglés II” pasa a denominarse “Inglés B2.2”.

- Se modifica el nombre de las asignaturas básicas “Idioma moderno: Inglés I”, que pasa a denominarse “Inglés B2.1” e “Iniciación a las competencias TIC”, que pasa a denominarse “Competencias digitales”.

- Se modifica el nombre de la asignatura optativa “Introducción al business intelligence”, que pasa a denominarse “Business Intelligence y Big Data”.

- Se suprimen las siguientes asignaturas optativas: “Comercio exterior”, “Diseño de experiencia de usuario”, “Iniciación a las matemáticas”, “Integración de mercados”, “International management”, “Negociación” y “Negocio electrónico”.

- Se añaden las siguientes asignaturas optativas: “Análisis de redes económicas y sociales”, “Digital transformation”, “Ética, diversidad y gestión responsable”, “Gestión de proyectos de big data”, “Investigación de mercados cualitativa”, “Investigación de mercados digitales”, “Marketing y consumo responsables”, “Sostenibilidad y transición ecológica” y “Uso de sistemas de información en las organizaciones”.

- Se actualiza la información en diversos apartados de la memoria: Criterios de transferencia y reconocimiento de créditos, Movilidad de los estudiantes propios y de acogida, Personal académico y de apoyo a la docencia, Recursos materiales e infraestructurales, prácticas y servicios, Cronograma de implantación, SIGC, Información pública, Responsable del título, Representante legal, Solicitante, e Informe del SIGC.

Se evalúa **FAVORABLEMENTE** la solicitud de modificación del título de Graduado o graduada en Marketing e Investigación de Mercados de la Universitat Oberta de Catalunya.

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

La presidenta de la Comisión Específica de evaluación en el ámbito de Ciencias Sociales 1



Irene Delgado

Irene Delgado Sotillos