

EVALUACIÓN SOBRE LA PROPUESTA DE MODIFICACIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS

Denominación del Título	Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales por la Universidad Camilo José Cela
Universidad solicitante	Universidad Camilo José Cela
ID Título	4314184
Centro/s	28051748-Facultad de Comunicación y Diseño
Rama de Conocimiento	Ciencias Sociales y Jurídicas II
Informe Final/Provisional	Final
Comisión de evaluación	Ciencias Sociales y Jurídicas II
Fecha Pleno	09/02/2026

La Fundación para el Conocimiento Madri+d ha elaborado un **informe favorable**.

Se proponen las siguientes recomendaciones para la mejora del programa propuesto:

RECOMENDACIONES

DIMENSIÓN 4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

Se recomienda que, aunque se llega a las horas mínimas, sigue habiendo incoherencias en las fichas. Por ejemplo, el trabajo autónomo se asigna como horas virtuales asíncronas en las dos modalidades, cuando realmente no son horas virtuales asíncronas porque no hay intervención asíncrona de los docentes. Debe eliminarse la asignación de horas virtuales asíncronas en ambas modalidades para el trabajo autónomo.

Se recomienda ampliar el número de horas para la Evaluación intermedia/Prueba final en cada asignatura. Además, estas deben ser necesariamente presenciales.

El presente informe únicamente recoge la evaluación de los aspectos señalados en la solicitud de modificaciones presentada a través de la sede electrónica del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, no considerándose evaluados

aquellos aspectos que la Universidad haya modificado en la memoria y no hayan sido señalados en el formulario de modificación.

Los cambios expresamente indicados en la **SOLICITUD DE MODIFICACIÓN** son los siguientes:

Modificaciones:

Apartado	Modificación
0 - Descripción general	Con la presente modificación sustancial, se propone solicitar, tras el compromiso adquirido por la Universidad Camilo José Cela y una vez finalizado el proceso de renovación de la acreditación en octubre de 2024, la modificación del Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales (código RUCT 4314184) con el fin de suprimir el centro adscrito Centro de Educación Superior Instituto de Ciencias Empresariales IMF como centro de impartición del título. Asimismo, se revisa y modifica la DIM 2 y DIM6 atendiendo a las recomendaciones de especial seguimiento recibidas en el Informe final de modificación de plan de estudios de 22 de noviembre de 2023. Además, se procede a modificar y revisar: • la presencialidad en el caso de las modalidades presenciales e híbrida de tal forma que cumpla con las pautas que se indica de un rango de entre 8 y 12 horas de presencialidad por cada crédito ECTS, en el caso de la modalidad presencial, y de 4 a 8 horas en la modalidad híbrida. • los sistemas de evaluación de la modalidad presencial y la modalidad híbrida, ajustándolos a los cambios solicitados y aprobados en la Memoria del 18 de febrero de 2019 y que figuran en el apartado 5, anexo 1. Además, se solicita la realización de exámenes online en el caso de la modalidad virtual.
9.3 - Solicitante	Se actualiza

Apartado	Modificación
9.2 Representante legal	- Se actualiza
1.4-1.9 Universidades, centros, modalidades, créditos, idiomas y plazas	- Con la presente modificación sustancial, se propone solicitar, tras el compromiso adquirido por la Universidad Camilo José Cela y una vez finalizado el proceso de renovación de la acreditación en octubre de 2024, la modificación del Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales (código RUCT 4314184) con el fin de suprimir el centro adscrito Centro de Educación Superior Instituto de Ciencias Empresariales IMF como centro de impartición del título.
2 - Resultados del proceso de formación y aprendizaje	Se modifica atendiendo a las recomendaciones de especial seguimiento indicadas en lo expuesto en el Informe final de modificación de plan de estudios de 22 de noviembre de 2023: El Conocimiento CN7 tiene una pequeña errata; se debe cambiar identificar por identificar. Se procede a modificar el conocimiento CN7, quedando redactado de la siguiente forma: El titulado podrá identificar y contrastar, según su tipología, la estructura de las empresas e iniciativas digitales (organigramas y estructuras organizativas, yield management, revenue management) y saber proyectar un perfil adecuado para incorporarse al entorno laboral” .
1.10 Justificación del interés del título	- Con la presente modificación sustancial, se propone solicitar, tras el compromiso adquirido por la Universidad Camilo José Cela y una vez finalizado el proceso de renovación de la acreditación en octubre de 2024, la modificación del Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales (código RUCT 4314184) con el fin de suprimir el centro adscrito Centro de

Apartado	Modificación
	Educación Superior Instituto de Ciencias Empresariales IMF como centro de impartición del título. Asimismo, se revisa y modifica la DIM 2 y DIM6 atendiendo a las recomendaciones de especial seguimiento recibidas en el Informe final de modificación de plan de estudios de 22 de noviembre de 2023. Además, se procede a modificar y revisar: • la presencialidad en el caso de las modalidades presenciales e híbrida de tal forma que cumpla con las pautas que se indica de un rango de entre 8 y 12 horas de presencialidad por cada crédito ECTS, en el caso de la modalidad presencial, y de 4 a 8 horas en la modalidad híbrida. • los sistemas de evaluación de la modalidad presencial y la modalidad híbrida, ajustándolos a los cambios solicitados y aprobados en la Memoria del 18 de febrero de 2019 y que figuran en el apartado 5, anexo 1. Además, se solicita la realización de exámenes online en el caso de la modalidad virtual. En respuesta al informe de modificación recibido con fecha 17/12/2025, se ha revisado el número de créditos a matricular para estudiar a tiempo completo para garantizar su coherencia con la duración prevista del título.
3.1 - Requisitos de acceso y criterios de admisión	Se procede a eliminar la información correspondiente al Centro de Educación Superior Instituto de Ciencias Empresariales IMF como centro de impartición del título. En respuesta al informe de modificación recibido con fecha 17/12/2025, se insiste en el grado de especialización de las asignaturas del máster y se incluye un complemento formativo para los estudiantes que

Apartado	Modificación
	accedan con titulaciones distintas de los ámbitos que menciona la memoria.
3.3 - Movilidad de los estudiantes propios y de acogida	En respuesta al informe de modificación recibido con fecha 20/10/2025, se procede a aclarar el procedimiento de movilidad para los estudiantes que cursen el título. En respuesta al informe de modificación recibido con fecha 17/12/2025, se indica expresamente que el título no contempla movilidad. Por ello, se eliminan todas las referencias previas a posibles acuerdos internacionales.
4.1 - Estructura básica de las enseñanzas	Se procede a modificar y revisar la presencialidad en el caso de las modalidades presenciales e híbrida de tal forma que cumpla con las pautas que se indica de un rango de entre 8 y 12 horas de presencialidad por cada crédito ECTS, en el caso de la modalidad presencial, y de 4 a 8 horas en la modalidad híbrida. En respuesta al informe de modificación recibido con fecha 17/12/2025, se procede a eliminar la asignación de horas virtuales asíncronas en las modalidades presencial e híbrida para el trabajo autónomo.
4.2 - Actividades y metodologías docentes	Con la presente modificación sustancial, se propone solicitar, tras el compromiso adquirido por la Universidad Camilo José Cella y una vez finalizado el proceso de renovación de la acreditación en octubre de 2024, la modificación del Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales (código RUCT 4314184) con el fin de suprimir el centro adscrito Centro de Educación Superior Instituto de Ciencias Empresariales IMF como centro de impartición del título y se procede a volcar las actividades formativas de una manera más clara.

Apartado	Modificación
	En respuesta al informe de modificación recibido con fecha 17/12/2025, se reformulan las metodologías docentes, se aclara que la actividad formativa de Evaluación Intermedia incluye una Prueba final, se aclara el carácter grupal de las tutorías, se explica el procedimiento de asignación de las prácticas académicas externas, se amplía la información relativa a las prácticas de los alumnos que cursan la modalidad virtual y que residen en el extranjero y se amplía la información sobre el proceso de defensa de TFM y la composición de los tribunales.
4.3 - Sistemas de evaluación	Con la presente modificación sustancial, se propone solicitar, tras el compromiso adquirido por la Universidad Camilo José Cela y una vez finalizado el proceso de renovación de la acreditación en octubre de 2024, la modificación del Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales (código RUCT 4314184) con el fin de suprimir el centro adscrito Centro de Educación Superior Instituto de Ciencias Empresariales IMF como centro de impartición del título y se procede a volcar las actividades formativas de una manera más clara. Se modifican los sistemas de evaluación para la realización de exámenes online. En cumplimiento del informe de evaluación de fecha 17/12/2025, se verifica y declara explícitamente que las pruebas de evaluación intermedia de la modalidad híbrida serán presenciales, tal como figura en las fichas de asignatura. La actividad formativa de evaluación intermedia incluye una prueba final.
6 - Recursos materiales e infraestructurales,	Se procede a realizar las siguientes modificaciones: Se elimina el Centro de Educación Superior Instituto de Ciencias Empresariales IMF. Se modifica atendiendo a las

Apartado	Modificación
prácticas y servicios	recomendaciones de especial seguimiento indicadas en el Informe final de modificación de plan de estudios de 22 de noviembre de 2023. Se procede a actualizar la lista de empresas e incluir los convenios y compromisos a través de enlace. Y se incluye la información relativa a la herramienta de Proctoring para la realización de exámenes online de la modalidad virtual. En respuesta al informe de modificación recibido con fecha 17/12/2025, se amplía el número de plazas para la realización de las prácticas, incorporando convenios adicionales con empresas extranjeras.
5 - Personal académico y de apoyo a la docencia	Se procede a eliminar la información correspondiente al Centro de Educación Superior Instituto de Ciencias Empresariales IMF como centro de impartición del título. En respuesta al informe de modificación recibido con fecha 17/12/2025, se incluye un nuevo enlace que accede al plan de formación sin necesidad de claves de acceso.

Fdo. Federico Morán

