

FECHA: 26/09/2019

EXPEDIENTE Nº: 10165/2018

ID TÍTULO: 2503859

## EVALUACIÓN SOBRE LA PROPUESTA DE MODIFICACIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS

<b>Denominación del Título</b>	Graduado o Graduada en Marketing por la Universidad Europea de Valencia
<b>Universidad solicitante</b>	Universidad Europea de Valencia
<b>Universidad/es participante/s</b>	Universidad Europea de Valencia
<b>Centro/s</b>	• Facultad de Ciencias Sociales
<b>Rama de Conocimiento</b>	Ciencias Sociales y Jurídicas

El Consejo de Universidades ha remitido a ANECA la solicitud de MODIFICACIÓN del plan de estudios ya verificado de este título oficial. Dicha solicitud se presenta al amparo del artículo 28 del Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010, por el que se establece el procedimiento para la modificación de planes de estudios ya verificados.

La evaluación de la modificación del plan de estudios se ha realizado por una Comisión de Evaluación formada por expertos nacionales e internacionales del ámbito académico, profesionales y estudiantes. Los miembros de la Comisión han sido seleccionados y nombrados según el procedimiento que se recoge en la Web de la agencia dentro del programa VERIFICA.

Dicha Comisión de evaluación, de forma colegiada, ha valorado la modificación del plan de estudios de acuerdo con los criterios recogidos en el Protocolo de evaluación para la verificación.

Una vez examinada la solicitud de modificaciones la Comisión de Evaluación emite un informe de evaluación FAVORABLE, considerando que:

## MOTIVACIÓN

La propuesta de Modificación del Título Oficial no supone un cambio que afecte a su naturaleza y objetivos.

Por otro lado, también se proponen las siguientes recomendaciones sobre el modo de mejorar el plan de estudios.

## RECOMENDACIONES

### CRITERIO 5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

Las modificaciones de temporalidad son aceptables, excepto la de pasar 'Política de producto y marca' del 3º semestre al 2º. No es conveniente ya que la materia 'Planificación Comercial y Posicionamiento' (e incluso 'Comportamiento del consumidor') es recomendable que se imparta de forma previa a la de 'Política de producto y marca'.

El presente informe únicamente recoge la evaluación de los aspectos señalados en la

solicitud de modificaciones presentadas 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 aspectos considerados en la solicitud de modificación son:

## MODIFICACIONES SOLICITADAS

### GENERAL

La presente modificación se realiza con el principal objetivo de alinear la información del título en base a la normativa y actualizar la información de los nuevos recursos e instalaciones de la universidad. Así mismo, se han realizado mejoras en el proceso de admisión, así como en el plan de estudios para mejorar la adquisición de las competencias establecidas en la titulación.

#### 1.3 - Universidades y centros en los que se imparte

Se ha actualizado el enlace a la normativa de la Universidad para las enseñanzas oficiales de grado. Así mismo, se ha aumentado el número mínimo de créditos europeos de matrícula por estudiante y periodo lectivo, en base a la nueva normativa.

#### 4.1 - Sistemas de información previo

Se ha definido de manera más específica, y alineada con la práctica proyectada para los próximos cursos, la composición de la Comisión de Admisión del Grado.

#### 4.2 - Requisitos de acceso y criterios de admisión

Se ha definido de manera más específica el procedimiento de acceso incorporando a la Comisión de Admisión del Grado.

#### 4.4 - Sistemas de transferencia y reconocimiento de créditos

Se revisa y describe la normativa para el reconocimiento de créditos, para alinearla a lo establecido en el RD 861/2010 y el 1618/2011.

#### 5.1 - Descripción del plan de estudios

Se ha procedido a realizar un cambio mínimo en la distribución de 3 asignaturas de la primera mitad del plan de estudios: - Inglés pasa del semestre 2 al 4 - Política de producto y marca pasa del semestre 3 al 2 - Estadística y Big Data II pasa del semestre 4 al 3. Así mismo, se han añadido dos asignaturas optativas que se han considerado importantes ofrecer para complementar la adquisición de competencias de los estudiantes del Grado en Marketing: ¿Planificación y Decisión Empresarial¿ y ¿Prácticas III¿. Por otro lado, se ha actualizado información sobre la red de convenios bilaterales con universidades en el extranjero.

#### 5.5 - Módulos, Materias y/o Asignaturas

Se cambian de semestre las asignaturas mencionadas en el apartado 5.1: Política de producto y marca pasa del semestre 3 al 2, Inglés pasa del semestre 2 al 4, y Estadística y Big Data II pasa del semestre 4 al 3. - Se han modificado los resultados de aprendizaje y los contenidos de la asignatura ¿Planificación de medios¿, ya que por error se le habían asignado los de la asignatura ¿Gestión de la innovación¿. - Se han modificado unos errores en las ponderaciones de los sistemas de evaluación de las asignaturas ¿Contabilidad de costes¿, ¿Gestión de comunidades virtuales¿ y ¿Derecho publicitario y comunicación¿. - Se incluyen las fichas de las dos nuevas materias optativas indicadas en el apartado 5.1: ¿Planificación y Decisión Empresarial¿ y ¿Prácticas III¿.

#### 7.1 - Justificación de recursos materiales y servicios disponibles

Se actualizan las nuevas instalaciones de la Universidad Europea de Valencia, tras la ampliación de la universidad en el curso 2018-19.

#### 11.1 - Responsable del título

Se ha actualizado la figura de Responsable del Título.

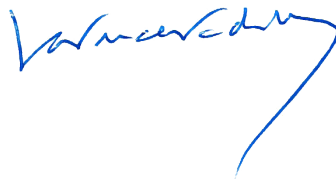
#### 11.2 - Representante legal

Se ha actualizado la figura de Representante Legal

#### 11.3 - Solicitante

Madrid, a 26/09/2019:

EL DIRECTOR DE ANECA



José Arnáez Vadillo