

EVALUACIÓN DE LA SOLICITUD DE MODIFICACIÓN DE TÍTULO OFICIAL

Identificación del título

Denominación: Máster Universitario en Marketing Digital por la Universitat Oberta de Catalunya

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 Institución propone las siguientes modificaciones a la memoria verificada:

1.3 - Universidades y centros en los que se imparte

Se solicita un incremento de plazas de 250 a 350.

Se actualiza el enlace a la normativa vigente.

2.1 - Justificación, adecuación de la propuesta y procedimientos

Se actualiza información relativa al interés de la titulación, y de los estudios responsables del título.

4.1 - Sistemas de información previo

Se revisa y actualiza el texto relativo a la recomendación de complementos formativos.

4.2 - Requisitos de acceso y criterios de admisión

Se revisa y actualiza el texto relativo a los complementos de formación, cuya evaluación recae en la figura del tutor del estudiante.

4.4 - Sistemas de transferencia y reconocimiento de créditos

El cambio de ECTS en la materia de prácticas, de 4 a 8 ECTS, supone la modificación de los ECTS que podrán ser reconocidos por experiencia profesional para esta materia, así como los requisitos para su reconocimiento. Se actualiza el enlace a la normativa vigente.

4.5 - Complementos formativos

Se revisa y actualiza el redactado en relación con la función del tutor del estudiante como responsable de la identificación de los complementos formativos.

Se establece que “Los estudiantes con otras titulaciones no pertenecientes a estas áreas de conocimiento podrán también tener acceso al Máster siempre y cuando cursen los



complementos formativos indicados por el tutor de la lista siguiente: Introducción a la empresa (4 ECTS); Fundamentos de marketing (4 ECTS).

5.1 - Descripción del plan de estudios

Se refleja en el apartado 5.1 el cambio descrito en 5.5

5.5 - Módulos, Materias y/o Asignaturas

Se añade una asignatura optativa relacionada con la orientación investigadora del máster, en concreto la asignatura: Diseño de investigación (4 ECTS) de carácter optativo, este cambio en la materia implica cambios en los resultados de aprendizaje, contenidos, actividades, metodologías y sistemas de evaluación.

Se amplían los ECTS de la materia optativa de Prácticas profesionales de 4 a 8 ECTS, ha supuesto cambios en las actividades y el sistema de evaluación.

En el módulo 1 (Obligatorio) en la materia Posicionamiento digital se han añadido las competencias CT3 y CE2. Se ha revisado la organización temporal.

Se ha actualizado el contenido de las Observaciones de la materia TFM.

6.1 - Profesorado

Se ha actualizado el profesorado vinculado a la implantación del título.

9 - Sistema de garantía de calidad

Se ha actualizado el enlace al Manual del SGIC vigente, revisado y aprobado por los órganos de dirección el 4/12/2017.

10.1 - Cronograma de implantación

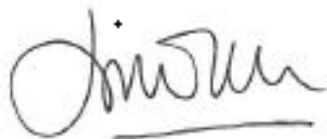
Se incluye en el cronograma el semestre de despliegue de la materia de prácticas con 8 ECTS y de la asignatura de Diseño de Investigación.

Se evalúa **FAVORABLEMENTE** la solicitud de modificación del título. Se deberá informar



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

El/La presidente/a de la Comisión Específica de Ciencias Sociales y Jurídicas



Jaume Valls Pasola

Barcelona, 02/10/2019

