

FECHA: 02/04/2019

EXPEDIENTE Nº: 10496/2018

ID TÍTULO: 4316967

EVALUACIÓN DE LA SOLICITUD DE VERIFICACIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS OFICIAL

Denominación del Título	Máster Universitario en Marketing Digital y Analítico por la Universidad de Murcia
Universidad solicitante	Universidad de Murcia
Universidad/es participante/s	Universidad de Murcia
Centro/s	• Facultad de Economía y Empresa
Rama de Conocimiento	Ciencias Sociales y Jurídicas

ANECA, conforme a lo establecido en el artículo 25 del R.D. 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el R.D. 861/2010, de 2 de julio, ha procedido a evaluar el plan de estudios que conduce al Título oficial arriba citado.

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

Dichas Comisiones de evaluación, de forma colegiada, han valorado el plan de estudios de acuerdo con los criterios recogidos en el Protocolo de evaluación para la verificación.

De acuerdo con el procedimiento, se envió una propuesta de informe a la Universidad, la cual ha remitido las observaciones oportunas, en su caso. Una vez finalizado el periodo de alegaciones a dicho informe, las Comisiones de Evaluación, en nueva sesión, emite un informe de evaluación FAVORABLE, considerando que:

MOTIVACIÓN:

La propuesta de Título Oficial cumple con los requisitos de evaluación según lo establecido en el Real Decreto 1393/2007.

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

RECOMENDACIONES

CRITERIO 3. COMPETENCIAS

La Universidad en su respuesta de alegaciones a las motivaciones realizadas en el informe provisional de 5 de febrero de 2019 en relación con las competencias específicas, las reformula pasando de 21 competencias a 7.

Se especificaba en el informe provisional, que dada la denominación del título, se echan en falta competencias específicas relativas al conocimiento del impacto del entorno digital en las

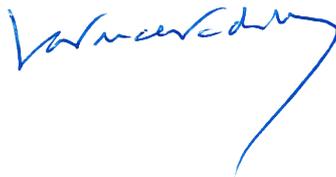
decisiones de Marketing y relativas al Marketing a nivel analítico que sean adquiridas por la totalidad de los estudiantes. Se recomienda subsanar este aspecto.

CRITERIO 4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

La Universidad en su respuesta de alegaciones a las motivaciones realizadas en el informe provisional de 5 de febrero de 2019 en relación con la concreción del tipo de experiencia profesional considerada como valorable para el ingreso, sigue sin concretar el tipo de experiencia limitándose a referir "Experiencia profesional en el ámbito del marketing y la investigación de mercados (0,5 por año). Máximo: 4 puntos". No se especifican, por tanto, los diferentes niveles o categorías que se pueden valorar como idóneas para la admisión. Se recomienda especificar y sólo reconocer aquella experiencia profesional de nivel suficiente.

Madrid, a 02/04/2019:

EL DIRECTOR DE ANECA



José Arnáez Vadillo