

FECHA: 29/05/2013

EXPEDIENTE Nº: ABR\_I\_0517/2009

ID TÍTULO: 4310184

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

<b>Denominación del Título</b>	Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas por la Universidad Miguel Hernández de Elche
<b>Universidad solicitante</b>	Universidad Miguel Hernández de Elche
<b>Universidad/es participante/s</b>	Universidad Miguel Hernández de Elche
<b>Centro/s</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC-VALENCIA)</li></ul>
<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.

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:

El Máster propuesto mantiene los contenidos formativos ¿del que con esta misma denominación se ha verificado por el procedimiento abreviado- Se ha procedido a reestructurar el plan de estudios, sin hacer ninguna modificación en los contenidos, salvo el refuerzo de contenidos relacionados con Marketing en internet y estrategias de ventas en entorno digital, por su creciente presencia desde el inicio de impartición del Máster hasta la actualidad. Esta reestructuración supone un mayor trabajo del alumno para superar las

asignaturas fuera del aula, lo que se reconoce en un mayor número de créditos. Este incremento se realiza en detrimento del periodo de prácticas que se establece en 450 horas (18 créditos), que entendemos que es más que suficiente para la obtención de las competencias perseguidas. Se ha mejorado la redacción de la definición de las competencias que nuestros estudiantes han venido adquiriendo desde el momento inicial de la impartición de este programa formativo. En definitiva, el máster se ha actualizado y adaptado a los Reales Decretos 1393/2007 y 861/2010

Se modifican las competencias y se adaptan a las recomendaciones hechas por ANECA en otros títulos de Máster aprobados con posterioridad a este. Cabe recordar que tanto en la memoria inicial como en el anexo de modificaciones no sustanciales las competencias no se trataban de la misma manera que se ha venido realizando posteriormente. Se trata pues de adaptar la memoria a la terminología actual.

Se define quienes conforman el Comité de admisiones

La modificación del plan de estudios, fruto de una adaptación a la nueva realidad digital y la reasignación de créditos para reconocer el trabajo del alumno fuera del aula, no suponen ningún cambio en los contenidos, ya que existe un reconocimiento de todos los temas tratados en el Máster hasta la actualidad. Esta reestructuración supone un mayor trabajo del alumno para superar las asignaturas fuera del aula, lo que se reconoce en un mayor número de créditos. Este incremento se realiza en detrimento del periodo de prácticas que se establece en 450 horas (18 créditos), que entendemos que es más que suficiente para la obtención de las competencias perseguidas.

Al haberse redefinido las competencias, se han modificado los cruces de las mismas. Únicamente se ha procedido a introducir dentro de las asignaturas de ¿Desarrollo estratégico de Marketing¿ y ¿Comunicación en Marketing¿, los contenidos digitales antes apuntados. Las asignaturas del plan anterior ¿Marketing Operativo¿, ¿La Comunicación y las Habilidades de Dirección en Marketing y Ventas¿ y ¿La Dirección, Gestión y Finanzas en Marketing y Ventas¿, se desdoblan en dos asignaturas cada una, pero no hay modificación en su contenido.

El personal sufre la variación lógica fruto de jubilaciones, profesores que en estos años han pasado a ser doctores y alguna baja fruto de la evolución normal del programa. En cualquier caso se cuenta con un Claustro de Profesores para este programa compuesto por 17 Doctores, 12 Licenciados y 2 Ingenieros, corriendo la responsabilidad de la totalidad de las asignaturas en la figura de un/a Doctor/a.

Se modifican las competencias y se adaptan a las recomendaciones hechas por ANECA en

otros títulos de Máster aprobados con posterioridad a este. Cabe recordar que tanto en la memoria inicial como en el anexo de modificaciones no sustanciales las competencias no se trataban de la misma manera que se ha venido realizando posteriormente. Se trata pues de adaptar la memoria a la terminología actual.

Madrid, a 29/05/2013:

EL DIRECTOR DE ANECA



Rafael van Grieken