

FECHA: 20/09/2011

EXPEDIENTE Nº: ABR_II_0904/2009

ID TÍTULO: 4310904

EVALUACIÓN SOBRE LA PROPUESTA DE MODIFICACIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS

Denominación del Título	Máster Universitario en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad Jaume I de Castellón y la Universitat de València (Estudi General)
Universidad solicitante	Universitat de València (Estudi General)
Universidad/es participante/s	Universitat de València (Estudi General) Universidad Jaume I de Castellón
Centro/s	<i>Universitat de València (Estudi General)</i> • Facultad de Economía (VALENCIA) <i>Universidad Jaume I de Castellón</i> • Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas (CASTELLÓN DE LA PLANA/CASTELLÓ DE LA PLANA)
Rama de Conocimiento	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:

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, 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: Descripción del cambio: El Máster Universitario en Marketing e Investigación de mercados se implantó por primera vez en el curso 2006-2007. Con posterioridad fue verificado, atendiendo a lo establecido en el RD1393 de 2007, por el procedimiento abreviado y autorizada su implantación para el curso 2009-2010. La modificación que se plantea consiste en ampliar el número de plazas de nuevo ingreso ofertadas, pasando de 30 a 40 en la Universidad Jaume I de Castellón (un único grupo ofertado de las materias obligatorias) y de 30 a 80 en la Universitat de València posibilitando, en este último caso, la oferta de un segundo grupo de las materias obligatorias.

Por otra parte, y de acuerdo con la normativa legal vigente, antes de someter a evaluación una nueva modificación, la institución debería proceder a cumplimentar el resto de información relativa al presente título mediante el soporte informático desarrollado al efecto por el Ministerio de Educación.

MOTIVACIÓN

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

Madrid, a 20/09/2011:

LA DIRECTORA DE ANECA



Zulima Fernández Rodríguez