
FECHA: 31/05/2021
EXPEDIENTE N°: 8120/2014
ID TÍTULO: 4315313

EVALUACIÓN SOBRE LA PROPUESTA DE MODIFICACIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS

Denominación del Título	Máster Universitario en Comunicación Corporativa por la Universidad Internacional de La Rioja
Universidad solicitante	Universidad Internacional de La Rioja
Universidad/es participante/s	Universidad Internacional de La Rioja
Centro/s	• Facultad Empresa y Comunicación
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:

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:

0 - Descripción general

PRIMERO- Se solicita modificar la denominación del título que pasa de denominarse Máster

Universitario en Comunicación e Identidad Corporativa a Máster Universitario en Comunicación Corporativa (1.1). Actualización del enlace de la "Normativa de Permanencia del Estudiante en Títulos Oficiales de UNIR" y, en consecuencia, del apartado "ECTS de matrícula necesarios según curso y tipo de matrícula" (1.3). SEGUNDO- Inclusión de un nuevo PDF con la presente solicitud de modificación, precediendo al histórico del apartado 2 de la sede electrónica del MECD de esta titulación y el apartado de justificación modificado (2). TERCERO- Se modifica la redacción de la competencia general CG1 (3.1). Se elimina el contenido de la competencia específica CE5 y, en su lugar, se incluye una nueva redacción (3.3). CUARTO- Se modifica el apartado para sustituir la anterior denominación del título por la nueva. Se aprovecha para actualizar la información del apartado (4.1). Se incluye la información relativa a la Comisión de Admisiones. Se amplían los requisitos de acceso al máster. Se actualiza el "Reglamento de Acceso y Admisión a Estudios Oficiales de la Universidad Internacional de La Rioja" (4.2). Se actualiza la información del apartado para adaptarla a la realidad actual de la Universidad (4.3). Se actualiza la "Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos de la Universidad Internacional de La Rioja" (4.4). Se incluye información sobre el complemento "Fundamentos de Comunicación" (denominación, nº ECTS, resultados de aprendizaje y contenidos) y se elimina la información correspondiente al complemento "Fundamentos de Investigación de Mercado" (4.6). QUINTO- Se actualizan los textos y las tablas de los diferentes subapartados que componen este epígrafe con el fin de adecuarlo a la realidad actual de UNIR y al nuevo plan de estudios propuesto (5.1). Se actualizan los apartados para adaptarlos a los criterios establecidos por la Universidad (5.2 y 5.4). Se adaptan las fichas de las diferentes materias al nuevo plan de estudios propuesto. Se incluye la posibilidad de realizar el TFM de manera grupal (5.5). SEXTO- Se incluye un nuevo PDF en el que se actualiza el cuadro de necesidades docentes (descripción de los perfiles de los miembros del claustro actualizado y denominación de las asignaturas a impartir según el nuevo plan de estudios propuesto), incluyendo la dedicación en porcentaje, y se adapta al VIII Convenio colectivo nacional de universidades privadas (Resolución de 27 de agosto de 2019) (6.1). Se realizan cambios en el PDF del apartado para actualizar los datos del personal de carácter administrativo y de gestión de la Universidad y se adapta la información al VIII Convenio colectivo nacional, en la correspondiente tabla. Asimismo, se incluye un nuevo epígrafe denominado "Mecanismos para asegurar la igualdad entre hombres y mujeres y la no discriminación de personas con discapacidad" (6.2). SÉPTIMO- Se actualiza la información del apartado para adaptarla a la realidad actual de la Universidad. Además, se amplía el listado de convenios con empresas para prácticas externas, incluyendo en el listado, entre otros, los centros en los que los estudiantes han realizado las mismas (7). OCTAVO- Actualización del texto del apartado para, por un lado, sustituir la denominación del Sistema de Garantía Interno de Calidad (SGIC) por Sistema de Aseguramiento Interno de Calidad (SAIC). Por otro lado, se realizan algunos matices y se incluye la nueva codificación de los procedimientos y documentos del Sistema de Aseguramiento Interno de Calidad (8.2). NOVENO- Se actualizan los datos

personales del responsable (11.1) y del solicitante (11.3) y se actualiza la dirección de email a efectos de notificación de la Universidad (11.1, 11.2, 11.3).

1.1 - Datos básicos de la descripción del título

Se solicita modificar la denominación del título que pasa de denominarse Máster

Universitario en Comunicación e Identidad Corporativa a Máster Universitario en

Comunicación Corporativa.

1.3 - Universidades y centros en los que se imparte

Se actualiza el enlace de la Normativa de Permanencia del Estudiante en Títulos Oficiales de UNIR, y como consecuencia de dicha actualización, se modifican los datos en el apartado "ECTS de matrícula necesarios según curso y tipo de matrícula.

2.1 - Justificación, adecuación de la propuesta y procedimientos

Inclusión de un nuevo PDF con la presente solicitud de modificación, precediendo al histórico del apartado 2 de la sede electrónica del MECD de esta titulación y el apartado de justificación modificado (se incluye la nueva denominación del título y se revisa el apartado para adaptarlo al nuevo plan de estudios propuesto).

3.1 - Competencias generales y básicas en el caso de Grado

Se matiza la redacción de la competencia general CG1, en la que se sustituye el término "identidad" por "imagen".

3.3 - Competencias específicas

Se elimina el contenido de la competencia específica CE5 ya que estaba vinculado a la asignatura "Métodos de Investigación en Comunicación y Marca", y esta desaparece del plan de estudios en la modificación solicitada. En su lugar, la redacción de otra competencia que se adquirirá a través de la nueva asignatura del plan de estudios "Relaciones Institucionales y Lobbies".

4.1 - Sistemas de información previo

Se modifica la denominación de la titulación. Se aprovecha para actualizar la información del

apartado.

4.2 - Requisitos de acceso y criterios de admisión

En primer lugar, se procede a incluir la información relativa a la Comisión de Admisiones. En segundo lugar, se solicita ampliar el acceso al máster para, por un lado, dentro del listado de titulaciones con acceso directos sin complementos de formación al máster incluir a los licenciados o graduados en Marketing. Además, se incluye la posibilidad de acceder al máster mediante acreditación de experiencia profesional. Teniendo en cuenta el nuevo plan de estudios propuesto, se elimina la información relativa al complemento de formación "Fundamentos de Investigación de Mercado". Por otro lado, se incluye el acceso con complementos de formación para aquellos estudiantes que provengan del área de Ciencias Sociales y Jurídicas sin afinidad directa con la titulación. En consecuencia, dentro del apartado 4.2. se incluye el subapartado 4.2.4. Complementos de formación. Por último, se actualiza el "Reglamento de Acceso y Admisión a Estudios Oficiales de la Universidad Internacional de La Rioja".

4.3 - Apoyo a estudiantes

Se actualiza la información del apartado para adaptarla a la realidad actual de la Universidad.

4.4 - Sistemas de transferencia y reconocimiento de créditos

Se actualiza la "Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos de la Universidad Internacional de La Rioja".

4.6 - Complementos formativos

Se incluye información sobre el complemento "Fundamentos de Comunicación"

(denominación, n^o ECTS, resultados de aprendizaje y contenidos) y se elimina la información correspondiente al complemento "Fundamentos de Investigación de Mercado".

5.1 - Descripción del plan de estudios

En el PDF del apartado se actualizan algunos de los textos y las tablas de los diferentes subapartados que componen este epígrafe con el fin de adecuarlo a la realidad actual de UNIR y al nuevo plan de estudios propuesto. Se modifican los subapartados 5.1.2.

Estructura del plan de estudios y 5.1.3. Distribución temporal del Plan de estudios para adaptarlos al nuevo plan de estudios propuesto. Se modifica la denominación del subapartado 5.1.4. Igualdad entre hombres y mujeres, fomento de la educación y cultura de la paz, política de no discriminación y se actualiza el mismo sustituyendo la Ley 51/2003, que se encuentra derogada, por el Real Decreto Legislativo 1/2013. Se actualiza la información de los subapartados 5.1.5. Procedimiento de coordinación académico-docente y 5.1.6. Metodología de la Universidad Internacional de La Rioja para adaptarlos a la realidad actual de la Universidad. En el subapartado 5.1.7. Planificación y gestión de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida, por un lado, se actualiza la información del apartado 5.1.7.1. Planificación de la movilidad y se elimina el texto que alude a la movilidad virtual. Por otro lado, se modifica el texto del apartado 5.1.7.2. Gestión de la movilidad para actualizar las ayudas disponibles para la movilidad de los estudiantes y sustituir la denominación del Sistema de Garantía Interno de Calidad (SGIC) por Sistema de Aseguramiento Interno de Calidad (SAIC). Se actualiza el subapartado 5.2. Actividades formativas para adaptarlo a los nuevos criterios establecidos. Se modifica la definición de las actividades formativas "Recursos didácticos Audiovisuales", "Trabajo colaborativo", "Tutorías (TFM)" y "Sesiones grupales (TFM)". En el subapartado 5.3. Sistemas de evaluación se modifica la definición de los sistemas de evaluación "Participación del estudiante" y "Evaluación del contenido individual del Trabajo Fin de Máster". Se incluye la definición del sistema de evaluación "Evaluación del contenido grupal del Trabajo Fin de Máster".

5.2 - Actividades formativas

En cuanto a las actividades formativas de las asignaturas obligatorias, se matizan las denominaciones de varias actividades formativas ("Lecciones magistrales" pasa a denominarse "Recursos didácticos audiovisuales"; "Trabajo colaborativo (foros)" pasa a denominarse "Trabajo colaborativo"). En las actividades formativas de las prácticas externas se incluye la actividad formativa "Tutorías (Prácticas)". Las horas correspondientes a esta actividad anteriormente se asignaban en la actividad formativa "Tutorías". En cuanto a las actividades formativas del Trabajo Fin de Máster, la actividad formativa "Tutorías individuales (TFM)" pasa a denominarse "Tutorías (TFM)".

5.4 - Sistemas de evaluación

Se modifica el apartado para adecuarlo a la realidad actual de UNIR. En cuanto a los sistemas de evaluación de las asignaturas obligatorias, el sistema de evaluación

"Participación del estudiante (sesiones, foros)" pasa a denominarse "Participación del estudiante". En cuanto a los sistemas de evaluación de las Prácticas Externas, el sistema de evaluación "Evaluación del tutor externo" pasa a denominarse "Evaluación con base en el

informe del tutor externo". En cuanto a los sistemas de evaluación del Trabajo Fin de Máster, el sistema de evaluación "Estructura del Trabajo Fin de Máster" pasa a denominarse "Evaluación de la estructura del Trabajo Fin de Máster". El sistema de evaluación "Exposición del Trabajo Fin de Máster" pasa a denominarse "Evaluación de la exposición del Trabajo Fin de Máster". En la presente modificación se solicita incluir la posibilidad de realizar el TFM de manera grupal, en consecuencia, el sistema de evaluación "Contenido del Trabajo Fin de Máster" pasa a denominarse "Evaluación del contenido individual del Trabajo Fin de Máster" y se incluye el sistema de evaluación "Evaluación del contenido grupal del Trabajo Fin de Máster".

5.5 - Módulos, Materias y/o Asignaturas

Se solicita una modificación en el plan de estudios: Materia 1. Construcción de Marca en las Organizaciones: En primer lugar, la materia pasa de denominarse "Identidad y Construcción de Marca en las Organizaciones" a "Construcción de Marca en las Organizaciones". En cuanto a las asignaturas que componen la materia: se elimina la asignatura "Identidad y Branding Corporativo", de 6 ECTS. Parte de los contenidos y resultados de aprendizaje de esta asignatura se incorporarán dentro de la nueva asignatura de la materia, "Gestión y Dirección Estratégica de la Comunicación", con una orientación a la gestión y construcción eficaz de la marca. Se incluye la asignatura "Gestión y Dirección Estratégica de la Comunicación", de 6 ECTS. Se incluyen los resultados de aprendizaje y contenidos de la asignatura, algunos de ellos provenientes de la asignatura eliminada, es decir, "Identidad y Branding Corporativo". Esta asignatura permitirá al estudiante entender los elementos fundamentales de la gestión y dirección de la comunicación como herramienta estratégica en la consecución de los objetivos de la organización. Se modifica la denominación de la asignatura "Cultura, Talento y Liderazgo en las Organizaciones" por "Cultura Organizacional y Comunicación Interna", abarcando el término "cultura organizacional" las cuestiones relativas a cultura, talento y liderazgo en las organizaciones e incluyendo en la denominación la parte de "comunicación interna" para presentar la importancia del empleado como principal público de interés de la organización y su capacidad de articularse como embajador de marca y verdadero representante de los valores de la organización ante el resto de públicos. Se modifican los contenidos de la asignatura, en los que se matizan las cuestiones relativas a las técnicas y modelos para la gestión de la cultura corporativa, la gestión del talento y del liderazgo e incluyendo, en relación con la nueva denominación de la asignatura, la parte de comunicación interna. Se revisan los resultados de aprendizaje. Se mantiene tal y como fue verificada la asignatura "Responsabilidad Social Corporativa". Por lo tanto, la materia mantiene su carácter obligatorio y sigue estando compuesta por 18 ECTS obligatorios. Se revisan los contenidos y resultados de aprendizaje de la materia. Se revisa la asignación de competencias teniendo en cuenta las modificaciones realizadas.

Materia 2. Comunicación Estratégica: en las asignaturas que componen la materia se realizan las siguientes modificaciones: se modifica la denominación de la asignatura "Gestión Reputacional de la Comunicación Corporativa" por "Reputación y Relaciones con los Grupos de Interés". En los contenidos de la asignatura ya se trabajaba en la importancia de los grupos de interés, por lo que se considera apropiado incluirlo en la denominación de la asignatura. Se revisan los contenidos de la asignatura para eliminar uno de los epígrafes, manteniéndose el resto tal y como estaban verificados. Se revisan los resultados de aprendizaje. Se modifica la denominación de la asignatura "Nuevos Formatos, Medios y Canales para la Comunicación y Desarrollo de Marca Corporativa" por "Comunicación Digital e Inteligencia de Datos". En la última década, los nuevos formatos, medios y canales han evolucionado hacia la "Comunicación digital" por lo que se procede a incluir este término en la denominación de la asignatura. Además, en los contenidos ya se presentaban cuestiones relativas a analítica web, etc. las cuales se refuerzan incluyendo en los contenidos un epígrafe concerniente a "data analytics", por lo que dada la importancia que reviste la parte de datos es oportuno incluirlo en esta nueva denominación. Tal y como se ha indicado, se revisan los contenidos para incluir el epígrafe "data analytics". Por lo tanto, la materia mantiene su carácter obligatorio y sigue estando compuesta por 12 ECTS obligatorios. Se revisan los contenidos y resultados de aprendizaje de la materia. Se revisa la asignación de competencias teniendo en cuenta las modificaciones realizadas.

Materia 3. Nuevos Retos en Comunicación y Marca: en primer lugar, se modifica la denominación de la materia que pasa de denominarse "Investigación e Innovación en Comunicación y Marca" a "Nuevos Retos en Comunicación y Marca". La motivación reside en la eliminación de la asignatura "Métodos de Investigación en Comunicación y Marca". En cuanto a las asignaturas de la materia: se elimina la asignatura "Métodos de Investigación en Comunicación y Marca", de 6 ECTS. La razón reside en la consideración de apostar por un enfoque hacia el estudiante de mayor praxis en esta materia de Nuevos Retos en Comunicación y Marca, relacionado directamente con el desarrollo de la actividad profesional y la demanda actual del mercado laboral, de ahí la eliminación de esta asignatura. Se incluye la asignatura "Relaciones Institucionales y Lobbies", de 6 ECTS. Se incluyen los contenidos y resultados de aprendizaje de la asignatura. Se mantiene tal y como fue verificada la asignatura "La Medición de Intangibles Empresariales". Por lo tanto, la materia mantiene su carácter obligatorio y sigue estando compuesta por 12 ECTS obligatorios. Se revisan los contenidos y resultados de aprendizaje de la materia. Se revisa la asignación de competencias teniendo en cuenta las modificaciones realizadas.

Materia 4. Prácticas Externas: dentro de los "Resultados de aprendizaje" de la materia se modifica la denominación del título. En las actividades formativas, las horas asignadas a la actividad formativa "Tutorías" se asignan a la actividad formativa "Tutorías (Prácticas)". El resto de la materia se mantiene tal y como fue verificada.

Materia 5. Trabajo Fin de Máster: Se revisan tanto los "Resultados de aprendizaje" como los "Contenidos" de la materia para eliminar la referencia al carácter investigador del TFM como consecuencia de la eliminación de la asignatura "Métodos de

Investigación en Comunicación y Marca". En el apartado "Observaciones" se incluye la posibilidad de realizar el Trabajo Fin de Máster de manera grupal y la obligatoriedad de que la defensa sea pública. Además, se incluye información sobre cómo se realizará la elaboración, defensa y evaluación de los trabajos grupales. Dentro de los sistemas de evaluación de la asignatura "Trabajo Fin de Máster" se modifica, por un lado, la ponderación mínima del sistema de evaluación "Evaluación del contenido individual del Trabajo Fin de Máster" que pasa del 50% al 37,5%. El 37,5 % se aplicará en aquellos casos en los que el trabajo se realice de manera grupal. Por otro lado, se incluyen las ponderaciones para el sistema de evaluación "Evaluación del contenido grupal del Trabajo Fin de Máster". La ponderación mínima será de 0 % y se aplicará en aquellos casos en los que el trabajo se realice de manera individual. La ponderación máxima, del 12,5 %, se aplicará en los casos en los que el TFM se realiza de manera grupal.

6.1 – Profesorado

Se incluye un nuevo PDF en el que se actualiza el cuadro de necesidades docentes

(descripción de los perfiles de los miembros del claustro actualizado y denominación de las asignaturas a impartir según el nuevo plan de estudios propuesto), incluyendo la dedicación en porcentaje, y adaptándolo al VIII Convenio colectivo nacional de universidades privadas (Resolución de 27 de agosto de 2019).

6.2 – Otros recursos humanos

Se realizan cambios en el PDF del apartado para actualizar los datos del personal de carácter administrativo y de gestión de la Universidad y se adapta la información al VIII Convenio colectivo nacional, en la correspondiente tabla. Asimismo, se incluye un nuevo epígrafe denominado "Mecanismos para asegurar la igualdad entre hombres y mujeres y la no discriminación de personas con discapacidad".

7.1 - Justificación de recursos materiales y servicios disponibles

Se actualiza la información del apartado para adaptarla a la realidad actual de la

Universidad. Además, se amplía el listado de convenios con empresas para prácticas externas, incluyendo en el listado, entre otros, los centros en los que los estudiantes han realizado las mismas.

8.2 - Procedimiento general para valorar el progreso y los resultados

Actualización del texto del apartado para, por un lado, sustituir la denominación del Sistema de Garantía Interno de Calidad (SGIC) por Sistema de Aseguramiento Interno de Calidad (SAIC). Por otro lado, se realizan algunos matices y se incluye la nueva codificación de los procedimientos y documentos del Sistema de Aseguramiento Interno de Calidad.

11.1 - Responsable del título

Se actualizan los datos personales del Responsable y se actualiza la dirección de email a efectos de notificación de la Universidad.

11.2 - Representante legal

Se actualiza la dirección de email a efectos de notificación de la Universidad.

11.3 - Solicitante

Se actualizan los datos personales del Solicitante y se actualiza la dirección de email a efectos de notificación de la Universidad.

Madrid, a 31/05/2021:

LA DIRECTORA DE ANECA



Mercedes Siles Molina