

---

FECHA: 04/03/2021  
EXPEDIENTE N°: 7453/2013  
ID TÍTULO: 4314775

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

Denominación del Título	Máster Universitario en Neuromarketing 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:

## MODIFICACIONES SOLICITADAS

### GENERAL

PRIMERO- Se solicita modificar la denominación del título que pasa de denominarse Máster Universitario en Neuromarketing a Máster Universitario en Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor (1.1). Se solicita un aumento del número de plazas de nuevo ingreso ofertadas, quedando establecido en 150 estudiantes. De acuerdo con la actual normativa de permanencia del estudiante en títulos oficiales de la Universidad Internacional de La Rioja, se corrige errata detectada respecto de los créditos mínimos de matrícula a tiempo parcial en el apartado "ECTS de matrícula necesarios según curso y tipo de matrícula" (1.3) SEGUNDO- Inclusión de un nuevo archivo PDF con la presente modificación junto con el histórico de modificaciones presentadas y el apartado de justificación modificado (2). TERCERO- Se actualiza la información del perfil de ingreso recomendado (4.1). Se solicita ampliar el perfil de ingreso al máster. Se detalla la información relativa a la posibilidad de acceder al máster por experiencia profesional. Se incluye el subapartado 4.2.4. Complementos de formación. Se actualiza el "Reglamento de acceso y admisión a estudios oficiales de la Universidad Internacional de La Rioja" (4.2). Se actualiza la "Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos de UNIR" (4.4). Se incluye información sobre los complementos de formación (denominación, nº ECTS, resultados de aprendizaje y contenidos) (4.6). CUARTO- Se modifica el PDF del apartado para modificar la denominación y definición de varias actividades formativas y sistemas de evaluación. En cuanto a las actividades formativas, en la presente modificación se solicita incluir la posibilidad de realizar el TFM de manera grupal, en consecuencia, se modifica la definición de la actividad formativa "Tutorías (TFM)". Se modifica la definición de la actividad formativa "Sesiones grupales (TFM)". En cuanto a los sistemas de evaluación, se modifica la definición del sistema de evaluación "Participación del estudiante". En la presente modificación se solicita incluir la posibilidad de realizar el TFM de manera grupal, en consecuencia, por un lado, se incluye el sistema de evaluación "Evaluación del contenido grupal del Trabajo Fin de Máster" con su correspondiente definición. Por otro lado, el sistema de evaluación "Evaluación del contenido del Trabajo Fin de Máster" pasa a denominarse "Evaluación del contenido individual del Trabajo Fin de Máster". Se modifica su definición (5.1). Se modifica la denominación del sistema de evaluación "Evaluación del contenido del Trabajo Fin de Máster", que 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" (5.4). En primer lugar, dentro de la materia "Optativas", se modifican los contenidos de la asignatura "El Neuromarketing y las Nuevas Tecnologías" con el objetivo de actualizarlos. Se revisan las competencias asignadas a la materia "Optativas" y se confirma su adquisición con los nuevos contenidos descritos en la asignatura. En segundo lugar, en la materia "Trabajo Fin de Máster", dentro del apartado "Observaciones" se incluye, por un lado, un texto que indica la obligatoriedad de la defensa pública del TFM. Por otro lado, se incluye la posibilidad de realizar el TFM de manera grupal, incluyendo información sobre cómo se realizará la elaboración, defensa y evaluación de los trabajos

grupales. Por último, dentro de los sistemas de evaluación de la asignatura "Trabajo Fin de Máster" se modifican las ponderaciones de los sistemas de evaluación (5.5). QUINTO- Se incluye un nuevo PDF del apartado en el que, por un lado, se actualizan y amplían los perfiles propuestos, en función del aumento del número de plazas de nuevo ingreso. La carga docente se adecua al número de alumnos de nuevo ingreso solicitado. El número de horas totales de dedicación docente ha aumentado con base en el aumento del número de alumnos solicitado (de 100 a 150 plazas de nuevo ingreso), con el objetivo de garantizar una enseñanza de calidad. Modificamos el compromiso de doctores y doctores acreditados ya que, con la inclusión de nuevos perfiles, varía ligeramente. Por otro lado, se adapta el apartado al VIII Convenio colectivo nacional de universidades privadas (6.1). Se modifica el apartado para actualizar los datos del personal de carácter administrativo y de gestión de la Universidad y adaptar la información al VIII Convenio colectivo nacional de universidades privadas. 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). SEXTO - Para atender al número de alumnos de nuevo ingreso se actualiza el apartado y se adapta a la realidad actual de la Universidad. Además, teniendo en cuenta el aumento de plazas se amplía el listado de convenios con empresas para prácticas externas (7). SÉPTIMO - Se sustituye SGIC por SAIC. Se actualizan los textos del apartado (8.2). OCTAVO - Se actualizan los datos personales del responsable y solicitante y la dirección de email de la Universidad a efectos de notificación (11.1, 11.2 y 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 Neuromarketing a Máster Universitario en Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor, de modo que la denominación del título indique con mayor precisión la temática que se desarrolla en el máster.

#### 1.3 - Universidades y centros en los que se imparte

Por un lado, se solicita un aumento del número de plazas de nuevo ingreso ofertadas, de 100 a 150 estudiantes. Por otro lado, de acuerdo con la actual normativa de permanencia del estudiante en títulos oficiales de la Universidad Internacional de La Rioja, se corrige errata detectada respecto de los créditos mínimos de matrícula a tiempo parcial 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 archivo PDF con la presente modificación junto con el histórico de modificaciones presentadas y el apartado de justificación modificado. Se modifica la

---

justificación únicamente para sustituir la anterior denominación del máster "Máster Universitario en Neuromarketing" por "Máster Universitario en Neuromarketing y Comportamiento del Consumidor".

#### 4.1 - Sistemas de información previo

Se actualiza la información del perfil de ingreso recomendado en relación con las modificaciones que se solicitan a continuación en el apartado 4.2.

#### 4.2 - Requisitos de acceso y criterios de admisión

En el subapartado 4.2.2. Criterios de admisión, se solicita ampliar el perfil de ingreso al máster. Además, se detalla la información relativa a la posibilidad de acceder al máster por experiencia profesional. Como consecuencia de la ampliación del perfil de ingreso al máster, se incluye el subapartado 4.2.4. Complementos de formación. Se revisa la información del apartado y se actualiza el "Reglamento de acceso y admisión a estudios oficiales de la Universidad Internacional de La Rioja".

#### 4.4 - Sistemas de transferencia y reconomiento 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 los 4 complementos de formación incluidos (denominación, nº ECTS, resultados de aprendizaje y contenidos)..

#### 5.1 - Descripción del plan de estudios

Se modifica el PDF del apartado para modificar la denominación y definición de varias actividades formativas y sistemas de evaluación. En cuanto a las actividades formativas, en la presente modificación se solicita incluir la posibilidad de realizar el TFM de manera grupal, en consecuencia, se modifica la definición de la actividad formativa "Tutorías (TFM)", con el objetivo de aportar información sobre el número de tutorías individuales/grupales que se realizarán en caso de que los estudiantes realicen el TFM en esta modalidad. Se modifica la definición de la actividad formativa "Sesiones grupales (TFM)". En cuanto a los sistemas de evaluación, se modifica la definición del sistema de evaluación "Participación del estudiante". En la presente modificación se solicita incluir la posibilidad de realizar el TFM de manera grupal, en consecuencia, por un lado, se incluye el sistema de evaluación "Evaluación del

contenido grupal del Trabajo Fin de Máster" con su correspondiente definición. Por otro lado, el sistema de evaluación "Evaluación del contenido del Trabajo Fin de Máster" pasa a denominarse "Evaluación del contenido individual del Trabajo Fin de Máster". Se modifica su definición.

#### 5.4 - Sistemas de evaluación

Se modifica la denominación del sistema de evaluación "Evaluación del contenido del Trabajo Fin de Máster", que 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

En primer lugar, dentro de la materia "Optativas", se modifican los contenidos de la asignatura "El Neuromarketing y las Nuevas Tecnologías" con el objetivo de actualizarlos. Se revisan las competencias asignadas a la materia "Optativas" y se confirma su adquisición con los nuevos contenidos descritos en la asignatura. En segundo lugar, en la materia "Trabajo Fin de Máster", dentro del apartado "Observaciones" se incluye, por un lado, un texto que indica la obligatoriedad de la defensa pública del TFM. Por otro lado, se incluye la posibilidad de realizar el TFM de manera grupal, incluyendo información sobre cómo se realizará la elaboración, defensa y evaluación de los trabajos grupales. Por último, dentro de los sistemas de evaluación de la asignatura "Trabajo Fin de Máster" se modifican las ponderaciones de los sistemas de evaluación. Por un lado, se modifica 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 del apartado en el que, por un lado, se actualizan y amplían los perfiles propuestos, en función del aumento del número de plazas de nuevo ingreso. La carga docente se adecua al número de alumnos de nuevo ingreso solicitado. El número de horas totales de dedicación docente ha aumentado con base en el aumento del número de alumnos solicitado (de 100 a 150 plazas de nuevo ingreso), con el objetivo de garantizar una enseñanza de calidad. Modificamos el compromiso de doctores y doctores acreditados ya

que, con la inclusión de nuevos perfiles, varía ligeramente. Por otro lado, se adapta el apartado al VIII Convenio colectivo nacional de universidades privadas.

#### 7.1 - Justificación de recursos materiales y servicios disponibles

Para atender al número de alumnos de nuevo ingreso y con el objetivo de asegurar la adecuada atención a la formación de los estudiantes matriculados se actualiza el apartado y se adapta a la realidad actual de la Universidad. Además, teniendo en cuenta el aumento de plazas se amplía el listado de convenios con empresas para prácticas externas.

#### 8.2 - Procedimiento general para valorar el progreso y los resultados

Se sustituye el término SGIC por SAIC, Sistema de Aseguramiento Interno de Calidad. Actualización del texto del apartado para realizar algunos matices e incluir 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, así como el correo electrónico del responsable a efectos de notificación.

#### 11.2 - Representante legal

Se actualiza el correo electrónico del representante legal a efectos de notificación.

#### 11.3 - Solicitante

Se actualizan los datos personales del solicitante, así como el correo electrónico del solicitante a efectos de notificación.

Madrid, a 04/03/2021:

LA DIRECTORA DE ANECA



Mercedes Siles Molina