

EVALUACIÓN DE LA SOLICITUD DE VERIFICACIÓN DE TÍTULO OFICIAL

INFORME PREVIO

Denominación: Máster universitario en Tecnologías Aplicadas al Marketing

Universidad: Universitat Politècnica de Catalunya

Centro: Centro Universitario Euncet

Código del título: 3500037

Introducción

Para impartir enseñanzas oficiales y expedir los correspondientes títulos oficiales, el artículo 35 de la Ley orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de universidades establece que las universidades han que tener la autorización pertinente de la Comunidad Autónoma y obtener la verificación del Consejo de Universidades por la cual el plan de estudios correspondiente se ajusta a las directrices y las condiciones establecidas por el Gobierno. Estas condiciones se concretan en el artículo 26 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.

La Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU Catalunya) ha establecido, junto con el resto de las agencias de calidad españolas, los criterios y directrices necesarios para la evaluación de las propuestas de nuevos títulos universitarios. En todo caso dicha evaluación se lleva a cabo en consonancia con lo dispuesto en los Estándares y criterios para la evaluación de la calidad correspondientes y la Guía aplicable de AQU Catalunya en este proceso; y de acuerdo con los estándares y directrices europeos de aseguramiento de la calidad (ESG).

La Comisión de Evaluación Institucional y de Programas (CAIP), de acuerdo con el artículo 19 del Decreto 315/2016, de 8 de noviembre, por el que se aprueban los Estatutos de la Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya, es el órgano competente para la evaluación, certificación, seguimiento y acreditación de las enseñanzas conducentes a la obtención de títulos oficiales y propios que imparten las universidades y otros centros de educación superior. La CAIP desarrolla su actividad mediante comisiones específicas.



Resultado

La **Comisión Específica de Ciencias Sociales 1** de la Comisión de Evaluación Institucional y de Programas, en la sesión de **29 de noviembre de 2023**, ha evaluado la propuesta de plan de estudios remitida por el Consejo de Universidades y emite el siguiente informe **FINAL FAVORABLE**:

Descripción, objetivos formativos y justificación del título

La Institución proporciona información básica sobre la titulación, que incluye su denominación, ámbito de conocimiento, universidad y centro responsable, la oferta de plazas de nuevo ingreso y la modalidad de enseñanza.

La denominación de la titulación es compatible con su nivel educativo establecido en el Marco catalán de calificaciones de la enseñanza superior (MCQES) y respeta la normativa legal vigente. Además, es coherente con su ámbito de conocimiento, y no da lugar a errores sobre sus efectos académicos, ni a confusiones sobre su contenido y, en su caso, efecto profesional.

La titulación de máster universitario en Tecnologías Aplicadas al Marketing nace de la reverificación del máster universitario en Dirección de Marketing del centro universitario EAE. El máster en Tecnologías Aplicadas al Marketing, de 60 ECTS, está adscrito al ámbito de conocimiento "Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo" y se ofrece en modalidad presencial y semipresencial. Se ofrecen 100 plazas (50 en la modalidad presencial y 50 en la semipresencial o híbrida). Las lenguas de impartición son el catalán, el español y el inglés; habrá un grupo en que la lengua de impartición del máster será esta última lengua.

El interés académico, científico, profesional y social de la titulación se justifica adecuadamente. El programa formativo es homologable internacionalmente y se incardina en la planificación estratégica de la universidad y del Sistema universitario catalán.

La universidad aporta una explicación sobre su modelo metodológico de semipresencialidad. Sin embargo, de esta explicación no se desprende que exista una estrategia y justificación institucional y pedagógica dicha modalidad, que se podría concretar en una política del centro para la semipresencialidad. Los elementos distintivos y determinantes de la formación semipresencial deberían ser objeto de una reflexión a escala institucional. En concreto, se espera que un despliegue más amplio de las metodologías docentes, actividades formativas y sistemas de evaluación en el entorno semipresencial dé lugar a un sistema de acompañamiento al estudiantado que optimice el potencial de la modalidad semipresencial. Para ello, se recomienda revisar el documento *FOCUS 3. Titulaciones con modalidad de enseñanza no presencial o semipresencial*. Este aspecto será objeto de un especial seguimiento en los futuros procesos de evaluación de la titulación.



Los objetivos formativos y el perfil de graduación están bien definidos y son coherentes con la disciplina de la titulación y también, en su caso, con su ámbito profesional.

Además, se definen dos estrategias metodológicas de innovación docente: microaprendizaje y aprendizaje basado en simuladores y juegos, y se justifica la relevancia de ambas para la titulación.

Resultados de aprendizaje

El perfil de aprendizaje está correctamente formulado en resultados de aprendizaje específicos y evaluables, que incluyen conocimientos, habilidades y competencias. Dichos resultados de aprendizaje se corresponden con los que establece el MCQES para el nivel educativo de la titulación y son coherentes con el ámbito de conocimiento del programa.

Los resultados de aprendizaje son coherentes con la denominación del título, así como con los objetivos formativos y el perfil de graduación definidos.

Finalmente, se ha incorporado la perspectiva de género en el perfil de aprendizaje.

Admisión, reconocimiento y movilidad

La Institución proporciona información sobre la normativa y los procedimientos generales de acceso del estudiantado a la titulación.

El perfil de ingreso está correctamente definido y es coherente con los criterios y procedimientos de admisión específicos de la titulación. Dichos criterios de admisión son claros, adecuados y pertinentes para el nivel MECES de la titulación y los resultados de aprendizaje pretendidos. La admisión al máster requiere la realización de complementos formativos para estudiantes “que no hayan cursado ninguna materia relacionada con empresa y marketing”. Dado que casi todos los estudios de Ciencias Sociales y Jurídicas y Arquitectura e Ingeniería cursan formación de Introducción a la Economía y suelen introducir conceptos básicos de microeconomía, se deberá indicar que cursar solo una asignatura de "Introducción a la Economía" no exime de realizar los complementos formativos para un máster como el propuesto. Se debe incorporar esta cuestión a la memoria de la titulación a través de una modificación obligatoria en la próxima convocatoria.

La exención de complementos formativos por experiencia profesional debería suponer tener experiencia en gestión de empresas y en gestión de marketing: no solo en uno de estos ámbitos. Además, se debe indicar también cuál es el tiempo de experiencia mínima que exime de cursarlos. Estos aspectos también se deben incorporar a la memoria de la titulación a través de una modificación obligatoria en la próxima convocatoria.

Finalmente, se informa de que no se contemplan acciones de movilidad específicas para la titulación.



Planificación de las enseñanzas

La Institución proporciona información sobre las materias y asignaturas que componen el plan de estudios y su secuencia. El máster en Tecnologías Aplicadas al Marketing consta de 45 ECTS obligatorios y de 15 ECTS correspondientes al TFM. La propuesta formativa se ajusta a la disciplina, es homologable internacionalmente y mantiene plena coherencia con los objetivos formativos y el perfil de aprendizaje de la titulación. Además, la carga de trabajo prevista para el estudiantado es razonable, y existe una correcta aplicación de la normativa.

Los resultados de aprendizaje que el estudiantado debe alcanzar en cada una de las materias se formulan de forma clara, y son pertinentes a la disciplina y específicos de la materia, y son fácilmente evaluables.

Las actividades formativas y metodologías docentes que se proponen son, en general, adecuadas para el nivel educativo, disciplina de la titulación y modalidad de impartición. Se diferencia entre las actividades formativas presenciales y semipresenciales, y lo mismo ocurre en el caso de las metodologías docentes.

Los sistemas de evaluación son pertinentes para certificar el alcance del perfil de aprendizaje por parte del estudiantado. Eso no obstante, el único sistema planteado como propio de la formación semipresencial - participación y aportaciones en foros de debate – es una actividad muy pertinente, pero de menor entidad a otras que convencionalmente definen la formación semi y no presencial, como son la evaluación continua con *feedback* personalizado por parte del profesorado y con recursos documentales y gráficos elaborados por el centro y, por supuesto, el uso de herramientas informáticas de control de plagio/copia. Esto evidencia la falta de una estrategia y justificación pedagógica de la opción semipresencial a escala de centro, como se ha apuntado en un apartado anterior.

Se describen estrategias metodológicas de innovación docente específicas y que se consideran centrales.

Finalmente, se informa adecuadamente sobre las características del TFM. Su planteamiento es coherente con los objetivos formativos de la titulación, y se supervisa y evalúa con criterios pertinentes y adecuados.

Personal académico y de apoyo a la docencia

La institución proporciona información sobre el profesorado y los recursos humanos de apoyo a la docencia previstos para impartir la titulación. Se aporta un plan de contratación de profesorado a tres años vista, lo que según afirma la institución, va a suponer un aumento de la plantilla del centro en 27 profesores (9 profesores por año durante los tres años). La Comisión llevará a cabo un Seguimiento de dichas contrataciones en los futuros procesos de evaluación de la titulación.



Los valores de los quinquenios y sexenios de investigación son reducidos, con 1 sexenio de investigación y 1 quinquenio de docencia. Por ello, la Comisión recomienda implementar acciones para mejorar dichos valores.

El profesorado dispone de un perfil académico y profesional adecuado a las características y requisitos de la titulación, y es suficiente con relación al número de estudiantes previsto.

Finalmente, el personal de apoyo a la docencia es suficiente y adecuado a las características y requisitos de la titulación.

Recursos para el aprendizaje: materiales e infraestructurales, prácticas y servicios

La Institución informa sobre los recursos materiales y servicios para el aprendizaje. Las instalaciones e infraestructuras educativas disponibles para la titulación son pertinentes para desarrollar las actividades formativas previstas y suficientes respecto al número de estudiantes.

Los servicios y recursos de apoyo al aprendizaje son coherentes con la disciplina, la metodología docente y las necesidades de aprendizaje del programa formativo.

Calendario de implantación

La Institución informa del calendario de implantación.

Se informa también del plan de estudios que se extingue con la implantación del título, y el procedimiento de adaptación de los estudiantes procedentes de planes de estudios en extinción es adecuado.

Sistema interno de garantía de la calidad

Se aporta información sobre el Sistema interno de garantía de la calidad (SIGC) propio del centro que, no obstante, carece de un proceso aprobado que garantice el control, revisión y mejora del título propuesto. En este sentido, se echa en falta, dentro del SIGC, un Proceso de definición, revisión y mejora. Se deberá completar el diseño del SIGC con la incorporación al sistema del *801.1.2 Proceso de definición, revisión y mejora del SGIC*, aspecto que será objeto de seguimiento una vez implantada la titulación.

Los medios de información pública ofrecen información relevante para los grupos de interés de la titulación.



Resultado del informe

La institución debe atender a los siguientes **requerimientos** y modificar la memoria verificada antes de la implantación del título:

- Se debe indicar que aquellas personas que provengan los ámbitos de Ciencias Sociales y Jurídicas o Arquitectura e Ingeniería, y que hayan cursado solo la asignatura de "Introducción a la Economía" no están eximidos de realizar los complementos formativos para un máster como el propuesto.
- Se debe indicar que la exención de complementos formativos por experiencia profesional supondrá tener experiencia en gestión de empresas y en gestión de marketing: no solo en uno de estos dos ámbitos.
- Se debe indicar es el tiempo de experiencia mínima (en gestión y en marketing) que exige de cursar los complementos formativos.

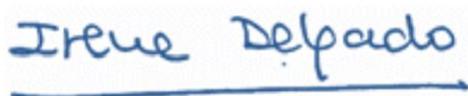
La Comisión considera que la institución debe realizar, a lo largo de la implantación del título, un seguimiento especial de la siguiente **área de mejora**:

- Aportar una estrategia y justificación institucional y pedagógica de la opción semipresencial que lleve a un despliegue más amplio y a nivel de centro de las metodologías docentes, actividades formativas y sistemas de evaluación en el entorno semipresencial.
- Mostrar la aplicación del plan de contratación del profesorado del centro, en la titulación.
- Se deberá completar el diseño del SIGC con la incorporación al sistema del *801.1.2 Proceso de definición, revisión y mejora del SGIC*.

La Comisión ofrece a la Institución las siguientes **recomendaciones** que pretenden contribuir a la mejora continua de la titulación:

- Se recomienda implementar acciones para incrementar los sexenios de investigación y los quinquenios de docencia del profesorado.

La presidenta de la Comisión Específica de evaluación en el ámbito de Ciencias Sociales 1



Irene Delgado Sotillos

