

FECHA: 08/04/2019

EXPEDIENTE Nº: 10508/2018

ID TÍTULO: 2503962

EVALUACIÓN DE LA SOLICITUD DE VERIFICACIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS OFICIAL

Denominación del Título	Graduado o Graduada en Marketing por la Universitat Internacional Valenciana
Menciones	Mención en Responsable de Producto / Product Manager , Mención en Investigación de Mercados
Universidad solicitante	Universitat Internacional Valenciana
Universidad/es participante/s	Universitat Internacional Valenciana
Centro/s	• Universitat Internacional Valenciana
Rama de Conocimiento	Ciencias Sociales y Jurídicas

ANECA, conforme a lo establecido en el artículo 25 del R.D. 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el R.D. 861/2010, de 2 de julio, ha procedido a evaluar el plan de estudios que conduce al Título oficial arriba citado.

La evaluación del plan de estudios se ha realizado por las Comisiones de Evaluación, formadas por expertos nacionales e internacionales del ámbito académico, profesionales y estudiantes del título correspondiente. Los miembros de las Comisiones han sido seleccionados y nombrados según el procedimiento que se recoge en la Web de la agencia dentro del programa VERIFICA.

Dichas Comisiones de evaluación, de forma colegiada, han valorado el plan de estudios de acuerdo con los criterios recogidos en el Protocolo de evaluación para la verificación.

De acuerdo con el procedimiento, se envió una propuesta de informe a la Universidad, la cual ha remitido las observaciones oportunas, en su caso. Una vez finalizado el periodo de alegaciones a dicho informe, las Comisiones de Evaluación, en nueva sesión, emite un informe de evaluación FAVORABLE, considerando que:

MOTIVACIÓN:

La propuesta de Título Oficial cumple con los requisitos de evaluación según lo establecido en el Real Decreto 1393/2007.

Por otro lado, también se proponen las siguientes recomendaciones sobre el modo de mejorar el plan de estudios.

RECOMENDACIONES

CRITERIO 2. JUSTIFICACIÓN

Si bien la propuesta recoge diversos referentes nacionales e internacionales, se recomienda explicitar en qué medida los referentes externos aportados avalan la propuesta de título.

CRITERIO 3. COMPETENCIAS

La competencia CE09 no es una competencia específica.

La competencia CE17 no es una competencia; en todo caso, una descripción de la lógica de toma de decisiones del marketing.

El ámbito de la planificación estratégica del Marketing debería incorporar competencias específicas como, por ejemplo, estrategias para el desarrollo de mercados, innovación en productos, implementación de la estrategia y estrategias de colaboración y redes.

Las competencias CE21 y CE23 son objetivos.

Se recomienda subsanar estos aspectos. Esta recomendación es de obligado cumplimiento y dicho cumplimiento será revisado especialmente en las fases de seguimiento y acreditación del título.

CRITERIO 5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

La Universidad en su respuesta de alegaciones en relación con la motivación realizada en el informe provisional de cómo se garantiza que el estudiante no recibe ninguna ayuda externa durante la realización de la prueba dice: "Para controlar lo que ocurre en los alrededores de los estudiantes se programan sistemas de registro alternativo que envía información de los planos de la instancia rotando la cámara frontal.

A lo largo del proceso previo al examen se le pide al alumno que mueva su equipo y explore la instancia incluyendo los alrededores, el techo y debajo de la mesa en la que se va a realizar el examen online para asegurarse que no hay nadie en la sala, ni escondido.

A continuación, se inicia el examen y el sistema sigue al estudiante y monitoriza su actividad detectando lo que está pasando al otro lado del ordenador, si el estudiante es el correcto o no, si está acompañado de otra persona, si visita otras páginas web mientras está en el curso.

La aplicación informática monitoriza en todo momento la pantalla del ordenador del estudiante para que no se acceda a información de apoyo a través de internet. Aleatoriamente se realizan rastreos del entorno en 360 grados, parando el examen y pidiendo al estudiante que rote la cámara para volver a explorar el entorno".

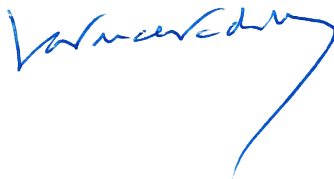
Dicho sistema no permite asegurar que el estudiante no recibe ningún tipo de ayuda externa durante la realización de la misma dado que el estudiante es el responsable de su propio control. Se recomienda subsanar esta cuestión. Esta recomendación es de obligado cumplimiento y dicho cumplimiento será revisado especialmente en las fases de seguimiento

y acreditación del título.

Dado que existe una asignatura denominada 'Fundamentos de Branding', y el contenido sobre plan de marketing es suficiente y propio, se recomienda eliminar el término 'Branding' de la denominación de la asignatura 'Plan de Marketing y Branding'.

Madrid, a 08/04/2019:

EL DIRECTOR DE ANECA



José Arnáez Vadillo