

INFORME SOBRE LA PROPUESTA DE MODIFICACIÓN DE TÍTULO OFICIAL

Denominación del Título	Máster Universitario en Marketing Digital por la Universidad Internacional Isabel I de Castilla
Universidad solicitante	Universidad Internacional Isabel I de Castilla
Centro/s	• Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas
Universidad/es participante/s	Universidad Internacional Isabel I de Castilla
Rama de Conocimiento	Ciencias Sociales y Jurídicas

De conformidad con lo previsto en el artículo 32 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, en relación con el procedimiento para la modificación de los planes de estudios conducentes a la obtención de títulos oficiales ya verificados, el Consejo de Universidades ha trasladado a la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Castilla y León (ACSUCYL) la propuesta de modificación del plan de estudios conducente al título oficial de **Máster Universitario en Marketing Digital por la Universidad Internacional Isabel I de Castilla**, que ha tenido entrada en la Secretaría del Consejo de Universidades con fecha 20/10/2021 y ésta ha remitido la propuesta a ACSUCYL con fecha 05/11/2021, para que se lleve a cabo su valoración por esta Agencia en el plazo establecido en el citado artículo.

En la propuesta, presentada a través de la sede electrónica del Ministerio de Educación, se solicita modificar los siguientes aspectos del plan de estudios:

- [1a] Apartado 1.3: Se actualiza el documento de las Normas de Permanencia.
- [1b] Se modifica los ECTS mínimos y máximos de las Matrículas a tiempo completo y a tiempo parcial, para adecuarlo a la nueva normativa.
- [2] Apartado 4.6: Tras la revisión del complemento formativo, se amplía su carga crediticia en respuesta a la ampliación del contenido a impartir en el mismo, de acuerdo con lo especificado en el informe de renovación de la titulación de 6 de julio de 2021. Asimismo, se incluyen la estructura principal de dicho complemento.
- [3] Apartado 5.1 y 5.5: Se actualizan las tablas de las asignaturas en base a su nueva nomenclatura:
 - a) Se cambia “Fundamentos del Marketing Digital” por “Fundamentos del marketing y la publicidad digital”



- b) Se cambia el nombre de “Marketing en Redes Sociales” por “Marketing en redes sociales y gestión de la reputación
- c) Se modifica el nombre de “Comunicación 2.0” por “Inbound y marketing de contenidos
- d) Se modifica el nombre de “Comercialización y ventas en el entorno digital” por “Comercio electrónico y estrategias de fidelización”

El siguiente Informe recoge únicamente la evaluación de los aspectos señalados en la solicitud de modificaciones presentada a través de la sede electrónica del Ministerio de Universidades, no considerándose evaluados aquellos aspectos que la Universidad haya modificado respecto a la memoria verificada y que no hayan sido señalados en el formulario de modificación.

Analizada la documentación remitida por la Universidad y considerando que la propuesta afecta a la naturaleza y objetivos del título verificado, la Comisión de Evaluación de Titulaciones de ACSUCYL, en su sesión de fecha 10/03/2022, vista la Ponencia del Comité de Evaluación de Ciencias de Económicas de fecha 1 de marzo del 2022 emite **informe aceptando parcialmente las modificaciones propuestas:**

- **Modificaciones aceptadas:** [1a], [1b] y [2]
- **Modificación no aceptada:** [3]

MOTIVACIÓN

En la fase de alegaciones la universidad no ha actualizado el formulario de modificaciones, lo que hace que la solicitud de modificación de la Universidad no concuerde con los cambios efectuados sobre la Memoria de Verificación. En el presente informe se indican las denominaciones de las asignaturas propuestas en la fase de alegaciones.

La universidad en sus alegaciones realiza una nueva propuesta de denominación de las cuatro asignaturas. En dos primeros casos, ésta nueva denominación resulta más adecuada. Sin embargo, las nuevas denominaciones no van acompañadas de modificaciones en los contenidos y resultados de aprendizaje, y el resultado es una oferta formativa con desajustes e inconsistencias entre las denominaciones y los contenidos y resultados de aprendizaje propuestos. En consecuencia, no es aceptada la solicitud de modificación de las denominaciones de las cuatro asignaturas del título.

RECOMENDACIONES

Asimismo, para la mejora de la propuesta, se propone incluir las siguientes **recomendaciones**, que serán objeto de revisión en futuros procesos de evaluación externa a los que se someta el Título.



Criterio IV. Acceso y Admisión de estudiantes

Se recomienda revisar en el apartado 4.1 la referencia realizada a los complementos formativos donde se indica que permiten "adquirir una visión amplia de las diversas funciones que se desarrollan en la empresa y del lugar que el marketing ocupa en dichas funciones". Los complementos formativos propuestos se centran de manera exclusiva en el área funcional de marketing y comercialización.

Se recomienda impartir los complementos formativos previamente al comienzo de la docencia del Título. Actualmente se cursan de manera simultánea en el primer trimestre y puede dar origen a abandono forzoso en el caso que el estudiante no supere los complementos formativos.

Se recomienda revisar en el criterio 4.1 las titulaciones propuestas de cara a la asignación de los complementos formativos, ya que en algunas ocasiones se trata de titulaciones muy alejadas del ámbito del Marketing Digital. Según indica la memoria "aquellos alumnos que cuenten con una de las titulaciones recogidas en el apartado "4.1. Sistemas de información previo" podrán acceder al Máster sin necesidad de realizar el complemento formativo".

Se recomienda revisar la inconsistencia existente entre el criterio 4.1. y el 4.6., ya que en el criterio 4.1. se continúa indicando que los complementos formativos son de 2 ECTS.



Fdo: D. Enrique Amezua San Martín
Presidente de la Comisión de
Evaluación de Titulaciones de ACSUCYL

