

FECHA: 29/11/2024

EXPEDIENTE Nº: 8836/2015

ID TÍTULO: 2503391

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

Denominación del Título	Graduado o Graduada en Marketing por la Universidad de Navarra
Universidad solicitante	Universidad de Navarra
Universidad/es participante/s	Universidad de Navarra
Centro/s	• Facultad de 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, para su evaluación a los efectos del procedimiento de modificación regulado en el Real Decreto 822\2021.

La evaluación de la modificación del plan de estudios se ha realizado de forma colegiada por una Comisión de Evaluación formada por expertos 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.

Una vez examinada la solicitud de modificaciones la Comisión de Evaluación emite un informe de evaluación FAVORABLE, considerando que:

**OBSERVACIÓN:** Este informe se hace sobre la base de 100 plazas de nuevo ingreso en la modalidad presencial.

## **MOTIVACIÓN**

La propuesta de Modificación del Título Oficial no supone un cambio que afecte a su naturaleza y objetivos.

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

## **RECOMENDACIÓN**

### **CRITERIO 4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS**

El estudiante ha de cursar 42 créditos optativos, de los cuales 36 han de provenir de las temáticas de optatividad detalladas en el Módulo VII. La memoria no entra en el detalle de los contenidos a tratar en las distintas optativas que se plantean. Sin embargo, sí que indica que la optatividad ofertada anual cubrirá las temáticas expuestas y será suficiente para cubrir los 36 créditos que deben realizar los estudiantes. Se recomienda vigilancia sobre el tema que en todo caso será objeto de especial seguimiento en los procesos de seguimiento y acreditación.

---

## MODIFICACIONES SOLICITADAS

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

En el tiempo que ha transcurrido desde la verificación se han producido varios factores que justifican la propuesta de una modificación sustancial del Grado. A continuación, se explica el contexto y la naturaleza de las modificaciones que se plantean: 1. En el informe definitivo del renovación de la acreditación se apuntaban algunas recomendaciones de mejora que ya se han implementado, y que deberán ser aprobadas por la Aneca. En concreto, en dicho informe se recogía la necesidad de incidir en los mecanismos de coordinación docente tanto horizontal como vertical para evitar solapamientos de contenidos en diferentes asignaturas. Siguiendo esta recomendación, y como consecuencia de esa labor de coordinación horizontal y vertical, se plantean una serie de modificaciones en los contenidos que sobre todo afectan al Módulo de Economía y Empresa, donde había especial solapamiento de temas entre asignaturas, y en relación con otras de otros módulos. El módulo de Economía y Empresa pasa de tener 36 ECTS a 27 ECTS. 2. En el Autoinforme se planteaban algunas líneas de actuación futura para la mejora del título, que nos llevan a proponer las siguientes modificaciones. -(Autoinforme) Dada la cambiante naturaleza de las profesiones del Marketing y de las capacidades y habilidades que se van incorporando en sus perfiles profesionales, la actualización de contenidos va a continuar siendo un desafío, sobre todo en áreas como el dominio de habilidades y herramientas digitales, o de análisis de datos. Aprovechando los créditos liberados para abordar solapamientos, se plantea la incorporación de nuevos contenidos obligatorios para intensificar la formación en marketing digital, y para fortalecer desde primer curso la capacidad analítica de los alumnos. De este modo, se modificaría la composición de créditos de dos materias del Módulo 3. Mercados y Clientes: la Materia Marketing Aplicado pasaría de 6 ECTS a 12 ECTS y la Materia Análisis de Datos pasaría de 18 ECTS a 21 ECTS -(Autoinforme) En el Autoinforme se habla del esfuerzo por mejorar poco a poco la plantilla de profesores doctores a tiempo completo para reducir algo la dependencia de profesores invitados y colaboradores. Para el Modifica se debe actualizar las Tablas de profesorado, destacando la incorporación de una profesora estable de plantilla para el área digital y otra profesora para el área de analítica de datos. 3. La entrada en vigor de un nuevo Real Decreto (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) que afecta a aspectos formales y de fondo en la presentación de memorias de grado a la Aneca, obliga que a que en un proceso de Modifica como el que planteamos se adapte toda la Memoria del Grado a las nuevas directrices. Más allá de otros aspectos menores, de detalle, esa adaptación en el caso del Grado en Marketing tiene implicaciones importantes que se deben incorporar en la propuesta de Modifica: a. Adscripción del Grado a un ámbito de conocimiento (Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo), asegurándose que al menos 30 ECTS de los 60 ECTS de asignaturas Básicas del Grado son de ese ámbito. b. Reelaboración de los apartados de identidad profesional y perfil de egreso. c. Distribución de todas las competencias de módulos y materias, con un nuevo esquema (Resultados del proceso de formación y aprendizaje) estructurado en: Conocimientos o contenidos; Competencias; Habilidades o destrezas. d. Incluir en plan de estudios las horas lectivas así como % de interacción virtual. e. Justificar adecuadamente el bilingüismo del grado teniendo en cuenta que la Aneca plantea que “en el caso de que se incluya el inglés en la lengua de la materia, explicar el motivo de su inclusión. A su vez, se debe aportar la cualificación lingüística del profesorado en dicha lengua de acuerdo con los parámetros europeos establecidos al efecto”. f. Proponer la supresión de las tres Menciones del Grado, ya que el nuevo RD determina que tienen que suponer al menos un 20% de los créditos del grado (48 ECTS), y sin poder incluir el TFG, lo que se aleja muchísimo de nuestras Menciones (24 ECTS). Las actuales Menciones (y quizá alguna nueva que se puede abrir en el futuro) quedarían como títulos propios de la Universidad, sin reflejo en la memoria de la Aneca.

#### 1.1-1.3 - Denominación, ámbito, menciones/especialidades y otros datos básicos

Siguiendo la necesidad de adscribirse a alguno de los ámbitos de conocimiento establecidos en el Anexo I del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, el Grado se adscribe al ámbito de conocimiento “Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad y turismo”, dentro de la Rama de Ciencias Sociales y Jurídicas. Se propone la supresión de las tres Menciones Oficiales del Grado (Creatividad, Comunicación Corporativa y Moda), ya que el nuevo RD determina que tienen que suponer al menos un 20% de los créditos de la titulación (48 ECTS), y sin poder incluir el TFG, lo que se aleja muchísimo de las menciones planteadas y verificadas en Memoria (24 ECTS). Adaptarse a la nueva normativa para seguir manteniéndolas, desvirtuaría profundamente el objetivo y el sentido del Grado. Los contenidos optativos de esas Menciones se mantendrán en el conjunto de la optatividad del grado.

#### 1.4-1.9 - Universidades, centros, modalidades, créditos, idiomas y plazas

No hay cambios en el número de plazas de nuevo ingreso pero se añade el total de plazas

de impartición en el centro y se aclara que todas ellas son en docencia presencial.

#### 1.10 - Justificación del interés del título

Se elimina información obsoleta y las referencias a las tres Menciones que tenía el título. Se actualizan URL. Se indica que el diseño del Plan de estudios ha tenido en cuenta principios, valores democráticos y objetivos de Desarrollo Sostenible.

#### 1.11-1.13 - Objetivos formativos, estructuras curriculares específicas y de innovación docente

Se redactan los objetivos formativos de acuerdo con el Criterio 1 de Guía de Apoyo para la elaboración de la Memoria de Verificación de Títulos Universitarios Oficiales (Grado y Máster), de 2023, para adaptarlas al Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre.

#### 1.14 - Perfiles fundamentales de egreso y profesiones reguladas

Se redactan los perfiles de egreso de acuerdo con el Criterio 1 de la Guía la Apoyo para la elaboración de la Memoria de Verificación de Títulos Universitarios Oficiales (Grado y Máster), de 2023, para adaptarlas al Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre. Se introducen en el apartado 1.10 de la herramienta.

### 2 - Resultados del proceso de formación y aprendizaje

Los resultados de aprendizaje del Grado se han adaptado la nueva estructura de Conocimientos, Habilidades, Competencias de acuerdo con el Criterio 2 de la Guía de Apoyo para la elaboración de la Memoria de Verificación de Títulos Universitarios Oficiales (Grado y Máster), de 2023, para adaptarlas al Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre. Esa nueva reformulación ha sido trasladada también a los distintos Módulos y Materias. Se añaden los resultados de aprendizaje R44 y R45 para dar respuesta a contenidos de dominio de habilidades y herramientas digitales y de análisis de datos.

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

Se actualiza la normativa aplicable al proceso de admisión. Se introducen los puntos 3.1.3 Composición del órgano de admisión, 3.1.4 Alumnos con necesidades educativas especiales y 3.1.5 Cupo para alumnos con discapacidad.

#### 3.2 - Criterios de transferencia y reconocimiento de créditos

---

Se añade actualizado el reconocimiento de créditos de los estudiantes que provienen de la formación profesional, de acuerdo con el Convenio entre el Departamento de Educación de la Comunidad Foral de Navarra y la Universidad de Navarra para el reconocimiento de créditos entre los títulos de técnica-o superior de formación profesional y los títulos universitarios de Grado, de 5 de noviembre de dos mil veintiuno. Este convenio se adjunta en el apartado correspondiente. Se sustituye el texto de la normativa de reconocimiento y transferencia de créditos de la Universidad de Navarra por el enlace al espacio web que contiene la normativa actualizada.

### 3.3 - Movilidad de los estudiantes propios y de acogida

Se introduce en el apartado 3.3 la información relativa a movilidad que ya figuraba en la anterior memoria del título.

### 4.1 - Estructura básica de las enseñanzas

Siguiendo la recomendación del informe de renovación de la acreditación del grado (2021) de incidir en los mecanismos de coordinación docente tanto horizontal como vertical para evitar solapamientos de contenidos en diferentes asignaturas, se plantean una serie de modificaciones en los contenidos que sobre todo afectan al Módulo de Economía y Empresa, donde había especial solapamiento de temas entre asignaturas, y en relación con otras de otros módulos. De esta forma, el módulo de Economía y Empresa pasa de tener 36 ECTS a 27 ECTS, tal y como queda reflejado en la modificación de la Memoria. Aprovechando los créditos liberados para abordar solapamientos, y dada la cambiante naturaleza de las profesiones del Marketing y de las capacidades y habilidades que se van incorporando en sus perfiles profesionales, se procede a incrementar contenidos obligatorios, sobre todo en áreas como el dominio de habilidades y herramientas digitales, o de análisis de datos. De este modo, se modifica la composición de créditos de dos materias del Módulo 3. Mercados y Clientes: la Materia Marketing Aplicado pasaría de 6 ECTS a 12 ECTS, y la Materia Análisis de Datos pasaría de 18 ECTS a 21 ECTS. Por ello, el módulo de Mercados y Clientes pasa de 69 a 78 ECTS. Con motivo de la adscripción del Grado a un nuevo ámbito de conocimiento (Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo), teniendo en cuenta los cambios planteados en los párrafos precedentes, y considerando la necesidad de asegurar que al menos 30 ECTS de los 60 ECTS de asignaturas Básicas del Grado sean del ámbito de conocimiento del grado, y cada una de ellas con 6 ECTS, se plantea una nueva propuesta de asignaturas básicas, las cuales se adscriben a su ámbito de conocimiento correspondiente. Las asignaturas de Antropología y Ética, originariamente asignaturas básicas de 6 ECTS, se desglosaron en el anterior Modifica del Grado cada una de ellas en dos asignaturas de 3 ECTS (Antropología I y II, Ética I y II), y ahora pasan a ser créditos obligatorios. Además, deja de ser asignatura

---

básica Principles of Business Administration. La nueva relación de asignaturas básicas del Grado es la siguiente: Asignatura Créd. Sem. Naturaleza Comportamiento del Consumidor 6ECTS 2S Básica Economía 6ECTS 1S Básica Expresión oral y escrita 6ECTS 2S Básica Gestión de Marketing 6ECTS 3S Básica Introducción al cálculo y álgebra 6ECTS 2S Básica Introduction to Branding 6ECTS 3S Básica Introducción al Derecho/ Introduction 6ECTS 1S/2S Básica to Law Marketing: perspectivas históricas y 6ECTS 1S Básica culturales/ Marketing: historical and cultural perspectives Introducción a la Microeconomía 6ECTS 3S Básica Probabilidad y estadística aplicada 6ECTS 4S Básica al marketing Estas modificaciones, afectarían a los módulos y materias de la siguiente forma: Módulo I Contextos. Se eliminan las asignaturas básicas Antropología I, Antropología II, Ética I y Ética II y se actualizan contenidos. Módulo II Economía y Empresa. La materia Economía pasa de 21 a 18 ECTS y se actualizan contenidos de contabilidad. La materia Empresa pasa de 15 a 9 ECTS y se actualizan contenidos. Por todo ello, el módulo pasa de 36 a 27 ECTS. Módulo III. Pasa de 69 a 78 ECTS. La materia Marketing Aplicado pasa de 6 a 12 ECTS y se incluye el castellano como lengua de la materia. Se introducen contenidos de marketing digital, por lo que se añade el resultado de aprendizaje 44. La materia 5 pasa de 18 a 21 ECTS y se introducen las asignaturas básicas Introducción al Cálculo y Álgebra y Probabilidad y Estadística. Se añaden contenidos de análisis de datos, motivo por el que se incluye el resultado de aprendizaje R45. Módulo VI Trabajo Fin de grado. Se eliminan contenidos relacionados con las menciones de la materia Trabajo Fin de Grado. Módulo VII Formación Complementaria. Se actualizan contenidos para eliminar referencias a las antiguas menciones. Se elimina la COP 4. Además, se introducen referencias al RD 822/2021.

#### 4.2 - Actividades y metodologías docentes

No se modifican actividades formativas y metodologías docentes pero se añade la descripción de cada una de ellas.

#### 4.3 - Sistemas de evaluación

No se modifican los sistemas de evaluación pero se añade una descripción de cada uno de ellos.

#### 5 - Personal académico y de apoyo a la docencia

Se ha actualizado el apartado de personal académico y de apoyo a la docencia adecuándose a la nueva Guía Verifica de Aneca.

#### 8.1 - Sistema Interno de Garantía de la Calidad

Se actualiza el enlace.

## 8.2 - Información pública

Se ha introducido este apartado para adaptar la memoria a la nueva herramienta y a las indicaciones contenidas en la nueva Guía Verifica de Aneca.

DIRECTORA  
Pilar Paneque Salgado