

**SISTEMA DE RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE  
MARKETING ESTRATÉGICO**  
**FACULTAD DE EMPRESA Y COMUNICACIÓN**

**FECHA:** 15 de noviembre de 2019

**1. Criterios Generales sobre reconocimiento de créditos aplicables al título**

En la Memoria del título se establecen los siguientes límites para el Reconocimiento de Créditos procedentes de Títulos propios y de Experiencia profesional.

Ambos criterios generales representan el límite el 15% establecido en la normativa de Reconocimientos.

<b>Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales No Universitarias</b>	
<b>MÍNIMO</b>	<b>MÁXIMO</b>
<b>0</b>	<b>0</b>

<b>Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios</b>	
<b>MÍNIMO</b>	<b>MÁXIMO</b>
<b>0</b>	<b>9</b>

<b>Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional</b>	
<b>MÍNIMO</b>	<b>MÁXIMO</b>
<b>0</b>	<b>6</b>

**2. Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios**

De acuerdo con lo establecido en el art. 6.2 del Real Decreto 1393/2007, podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de títulos propios expedidos conforme al artículo 34.1 in fine de la Ley 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades. No obstante se fijan, de acuerdo con la Normativa de UNIR de reconocimiento y transferencia de créditos, los siguientes límites y criterios para poder proceder a este reconocimiento:

- El máximo de créditos que podrá ser objeto de reconocimiento, tanto por experiencia profesional o laboral previa, como por haber superado estas enseñanzas universitarias no oficiales, no podrá ser superior, en su conjunto, a 9 créditos, correspondientes, según el artículo 6.3 del RD 1393/2007, al 15 % del total de créditos que constituyen el plan de estudios.
- El reconocimiento no incorporará calificación ni computará a efectos de baremación de expediente.
- Sólo se admitirán aquellos estudios propios en los que se garantice una adecuada evaluación del proceso formativo. A tal fin, en ningún caso, la simple asistencia podrá ser medio suficiente para acreditar la adquisición de competencia alguna. Tampoco serán aceptadas las acreditaciones o certificaciones expedidas por Departamentos o unidades universitarias que no tengan claras competencias en materia de títulos propios.
- De no estar específicamente delimitado el perfil competencial del estudio propio de origen, solo será posible el reconocimiento en caso de que exista una inequívoca equivalencia entre los conocimientos y competencias adquiridas con alguna o algunas materias concretas del título de destino.

### **Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional**

#### **1) Parte del plan de estudios afectada por el reconocimiento.**

El Real Decreto 861/2010 modifica el artículo 6 del Real Decreto 1393/2007, fijando el límite máximo de reconocimiento a partir de experiencia profesional o laboral en el 15 % del total de créditos que constituyen el plan de estudios. En el caso de un máster de 60 ECTS, esto equivale a 9 ECTS. Sin embargo, el plan de estudios del Máster Universitario en Dirección de Marketing Estratégico y de Producto está estructurado en asignaturas de 6 ECTS, lo que hace necesario ajustar la cifra de reconocimiento máximo por experiencia profesional a 6 ECTS.

No obstante y en base a lo anterior, teniendo en cuenta que la experiencia laboral y profesional aportada por el alumno debe proporcionar las mismas competencias que se adquieren con las asignaturas reconocidas, en esta propuesta de Máster, la parte del plan de estudios que puede ser reconocida por experiencia profesional y laboral se limita a las asignaturas obligatoria de **Sistemas de Información e Investigación en Marketing y Prácticas Externas**.

**2) Definición del tipo de experiencia profesional que podrá ser reconocida, y 3) Justificación de dicho reconocimiento en términos de competencias ya que el perfil de egresados ha de ser el mismo.**

La experiencia profesional o laboral acreditada podrá ser reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención de un título oficial, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título.

La documentación aportada incluirá, en su caso, contrato laboral con alta en la Seguridad Social acreditado mediante certificado de vida laboral; credencial de prácticas de inserción profesional; certificados de formación de personal; memoria de actividades desempeñadas y/o cualquier otro documento que permita comprobar o poner de manifiesto la experiencia alegada y su relación con las competencias inherentes al título.

El tipo de experiencia que se precisará para el reconocimiento de la Asignatura Sistemas de Información e Investigación en Marketing será el que se describe en la siguiente tabla:

Materia	Asignatura (6 ECTS)	Competencias Específicas	Justificación
<b>I: Información y Decisiones Estratégicas en Marketing</b>	Sistema de Información e Investigación en Marketing (6 ECTS)	CE1, CE2, CE3, CE4, CE8, CE11	<p><u>Tipo de entidad:</u> instituto o departamento de investigación de mercados y/o sondeos de opinión pública; agencia de comunicación, publicidad o planificación de medios; empresa de sistemas o análisis de información (<i>Business Intelligence o Business Analytics</i>); departamento comercial o de marketing de cualquier ámbito, en áreas de Marketing, Comunicación y/o Investigación de Mercados.</p> <p><u>Duración:</u> periodo mínimo, 360 horas.</p> <p><u>Tareas desempeñadas:</u> las de diseño, planificación, organización, dirección y control correspondientes a los puestos de investigador de mercados; director, supervisor o ejecutivo comercial o de ventas; responsable, director, jefe de producto o <i>product manager</i>; investigador de mercados en formación.</p>

<p><b>IV: Prácticas Externas</b></p>	<p>Prácticas Externas (6 ECTS)</p>	<p>CE1, CE2, CE3, CE7, CE8, CE11</p>	<p><u>Tipo de entidad:</u> Departamento comercial, investigación de mercados, de ventas, o de producto, comunicación y marketing de organizaciones, empresas o consultorías de comunicación y marketing.</p> <p><u>Duración:</u> periodo mínimo de 360 horas de trabajo acreditado.</p> <p><u>Tareas desempeñadas:</u> acreditar experiencia participando activamente en tareas de elaboración o puesta en marcha de acciones marketing de una organización, empresa o consultoría de marketing; o actividades propias de dichos perfiles. En concreto, serán objeto del reconocimiento de créditos perfiles como director comercial, ventas o de producto, comunicación, responsable de marketing, investigación de mercados, director de relaciones con los medios o similares.</p>
--------------------------------------	--	--	---

El Departamento de Reconocimiento y Transferencia de Créditos revisará la documentación aportada en cada caso, para verificar que se cumplen los requisitos descritos en el apartado anterior, de forma que el reconocimiento esté justificado en términos de competencias.

	Nombre	Fecha
Elaborado por	Luis Manuel Cerdá Suárez (Director/a Académico/Coordinador del Título)	15/11/2019
Aprobado por	Comisión RTC	19/11/2019