

EXPEDIENTE Nº: 4314492

FECHA: 25/01/2018

INFORME FINAL

EVALUACIÓN PARA RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN

Denominación del Título	Máster en Marketing Digital y Comercio Electrónico por la Universidad Internacional de La Rioja
Universidad (es)	Universidad Internacional de La Rioja
Centro (s) donde se imparte	Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y Humanidades
Menciones/Especialidades que se imparten en el centro	---
Modalidad (es) en la se imparte el título en el centro. En su caso, modalidad en la que se imparten las distintas menciones/especialidades del título	A DISTANCIA

ANECA conforme a lo establecido en el artículo 27.bis del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, en la modificación introducida por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, ha procedido a realizar la evaluación para la renovación de la acreditación del título universitario oficial arriba citado.

La evaluación del título llevada a cabo por la Comisión de Acreditación de ANECA de forma colegiada ha considerado tanto el informe emitido por los expertos externos que realizaron la visita a la universidad, como el resto de la información disponible del título.

Una vez otorgado el plazo de 20 días para la presentación de alegaciones a la propuesta de informe remitida a la universidad, dicha Comisión de Acreditación emite el siguiente informe final de renovación de la acreditación.

CUMPLIMIENTO DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN

DIMENSIÓN 1. LA GESTIÓN DEL TÍTULO

CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

Estándar:

El programa formativo está actualizado y se ha implantado de acuerdo a las condiciones establecidas en la memoria verificada y / o sus posteriores modificaciones.

VALORACIÓN DEL CRITERIO

El Máster Universitario en Marketing Digital y Comercio Electrónico es un título de carácter anual, de 6 ECTS, dividido en dos cuatrimestres de 30 ECTS. 46 ECTS se dedican a asignaturas obligatorias, 6 ECTS a Prácticas Externas obligatorias y 8 ECTS al TFM. El título se imparte en modalidad online. El plan de estudios en el periodo evaluado (2014-2015 y 2015-2016) se ha ido actualizando y se corresponde con el descrito en la memoria verificada, así como con su posterior modificación, en diciembre de 2015. El panel de expertos confirma en base a las evidencias y la visita que las guías docentes, los contenidos y las competencias de las diferentes asignaturas se corresponden con lo establecido en la memoria verificada del título.

El perfil de ingreso está definido adecuadamente según lo establecido en la memoria verificada del título. Se observa la admisión de estudiantes procedentes de titulaciones distintas de las que componen el perfil recomendado o áreas recomendadas (el 22%, procedentes de Artes y Humanidades, Ciencias, Salud, Ingeniería y Arquitectura), los cuales, de acuerdo con lo comprometido en la memoria verificada, deberían haber cursado complementos de formación, pero no hay constancia en ninguna de las evidencias aportadas de que haya sido así. El panel de expertos durante la visita a la universidad, preguntó al equipo directivo sobre esta cuestión y estos manifestaron que a partir de diciembre de 2015 se realizó la selección de estudiantes conforme se recoge en la memoria vigente y que todos aquellos que no reunían el perfil académico exigido tuvieron que realizar los complementos de formación. El perfil de egreso está definido adecuadamente según lo establecido en la memoria verificada del título. En este sentido, el Máster cuenta con un comité de expertos que ratifica la idoneidad del perfil de egreso de los estudiantes de este postgrado.

El plan de estudios está adaptado a las necesidades del marketing actual, apostándose por una formación interdisciplinar de las diferentes ramas de conocimiento que inciden en la comprensión teórica y práctica del impacto del marketing digital. Existen evidencias sobre la existencia de reuniones periódicas de coordinación de la Comisión del Máster, así como con los profesores responsables de las asignaturas que se cursan, fundamentalmente mediante la revisión de las guías docentes para el curso siguiente y comprobando que su contenido se ajusta a lo establecido en la memoria verificada del título.

En los dos años de funcionamiento del título no se ha superado la oferta máxima de plazas de nuevo ingreso. El título se implantó en el curso 2014-2015, verificándose inicialmente para 100 plazas, aunque

se modificó en diciembre de 2015 elevándose a 300 las plazas de nuevo ingreso. El número de estudiantes para los cursos 2014-15 y 2015-16 ha sido de 24 y 81, por debajo del límite establecido por la memoria verificada.

Las normativas sobre permanencia y reconocimiento y transferencia de créditos se corresponden con las establecidas en la memoria verificada del título y se encuentra disponible en su página web. En la memoria verificada se recoge el reconocimiento de hasta un máximo de 9 ECTS por estudios cursados en títulos propios y otros tantos por experiencia profesional. En relación a este aspecto, 34 estudiantes han obtenido reconocimiento de créditos por actividad profesional, que han sido valorados como adecuados por el panel de expertos. La satisfacción de los estudiantes con la organización general del título es de 3,6 sobre 5 en el curso académico 2014-2015 y de 4,1 en el curso 2015-2016, (en una escala de 0 a 5).

La universidad en el plan de mejoras que presenta tras la recepción del informe provisional de acreditación, se compromete a admitir principalmente a los estudiantes que cumplan el perfil de ingreso recomendado y en caso contrario, ofertar los complementos de formación y dejar registro de que realmente se están cursando.

CRITERIO 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

Estándar:

La institución dispone de mecanismos para comunicar de manera adecuada a todos los grupos de interés las características del programa y de los procesos que garantizan su calidad.

VALORACIÓN DEL CRITERIO

La página web del Máster Universitario en Marketing Digital y Comercio Electrónico de la Universidad Internacional de La Rioja recoge información adecuada y actualizada sobre las características del programa formativo, su desarrollo y sus resultados.

La información necesaria para la toma de decisiones de los futuros estudiantes y otros agentes de interés del sistema universitario, tanto de ámbito nacional como internacional, y demás personas interesadas en el Máster, es fácilmente accesible a través de la página web de la UNIR. Asimismo, es fácilmente localizable en la Web del título el plan de estudios y la información incluida en las guías docentes de cada asignatura.

En la mencionada página web del título se encuentra publicada las fechas de impartición del curso de introducción al campus virtual, donde el estudiante recibe información detallada sobre la universidad y la metodología de UNIR. El panel de expertos durante la visita preguntó a los estudiantes y egresados sobre el desarrollo del citado curso y estos señalaron que este curso que se imparte en la semana 0 es

muy útil para la familiarización con el campus virtual. El ítem de la encuesta de satisfacción general de los estudiantes con el título, sobre la estructura del campus virtual recibe una valoración de 3,6 sobre 5 en el curso 2014-15 y de 4,1 sobre 5 en el curso 2015-16 (en una escala de 0 a 5).

CRITERIO 3. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC)

Estándar:

En este criterio se analiza si la institución dispone de un sistema de garantía interna de la calidad formalmente establecido e implementado que asegura, de forma eficaz, la calidad y la mejora continua de la titulación.

VALORACIÓN DEL CRITERIO

La UNIR dispone de un SGIC común a todas las titulaciones que está soportado fundamentalmente en dos comisiones: Una comisión central, la Unidad de Calidad de la UNIR (UNICA) y una comisión específica para cada titulación, la Unidad de Calidad de la Titulación (UCT). El análisis de la información y las acciones de mejora residen fundamentalmente en estas dos comisiones.

En general, las actas de la UCT del Máster recogen las propuestas de mejora planteadas con algunas reflexiones sobre la forma de llevarlas a cabo. Fruto de los procedimientos del SGIC, se han realizado acciones de mejora como por ejemplo equilibrar la distribución de la carga de trabajo de los alumnos y reflexionar sobre la conveniencia de mantener el nivel de exigencia en algunas asignaturas, para alcanzar las competencias necesarias para trabajar en el ámbito del e-commerce.

Las encuestas a Empleadores se realizan de forma global para la UNIR y no se desagregan por titulaciones. De esta forma las opiniones de los empleadores se refieren al global de la UNIR y no es posible hacer un análisis específico para cada título.

La universidad se compromete en el plan de mejoras que presenta tras la recepción del informe provisional de acreditación, a contar con instrumentos y herramientas actualizados de observación y análisis de los empleadores propios del título, así como al establecimiento de acciones que redunden a la mejora en la satisfacción de los empleadores en relación al título, en caso de que los resultados lo requieran.

CRITERIO 4. PERSONAL ACADÉMICO

Estándar:

El personal académico que imparte docencia es suficiente y adecuado, de acuerdo con las características del título y el número de estudiantes.

VALORACIÓN DEL CRITERIO

En términos generales, el personal académico se corresponde con el comprometido en la memoria verificada del título. En concreto, en el curso académico 2014-2015, el claustro estaba compuesto por 21 profesores de los cuales el 86% eran doctores, con un 43% de profesores acreditados. En el curso académico 2015-2016, paso a 20 profesores, de los cuales el 80% eran doctores, con un 45% de profesores acreditados. Por tanto, la proporción de doctores y doctores acreditados es superior a lo expresado en la memoria verificada. Por otra parte, casi todos los directores de TFM del título son doctores.

En el informe de seguimiento del título elaborado por ANECA de fecha 4 de octubre de 2016, se efectuaron observaciones respecto a los profesores colaboradores que no coincidía con el porcentaje propuesto del 10% de la memoria verificada. Respecto a este aspecto, la universidad tiene previsto realizar una modificación de la memoria verificada para actualizar las categorías reales de los profesores.

El tamaño de los grupos es adecuado para llevar a cabo la docencia en las asignaturas. Así, la ratio alumno/profesor en el curso 2014-2015 es de 24,8 y en el curso 2015-2016 es de 31. En ambos casos se ha mantenido por debajo de la cifra comprometida en la memoria verificada (ratio de 54,5 estudiantes/profesor). Según la última encuesta realizada a los estudiantes del curso 2015-2016, el ítem “el tamaño del grupo de estudiantes es adecuado” alcanza una valoración de 4,5 sobre 5 (en una escala de 0 a 5).

Los estudiantes, de acuerdo con las evidencias, se muestran satisfechos con la dedicación del profesor a la docencia, en las encuestas de satisfacción estos valoran los ítems: “valoración general del profesor que ha impartido las clases presenciales o virtuales” y “valoración general del profesor que ha atendido a la asignatura en foros y actividades”, con un 4,2 sobre 5 (en una escala de 0 a 5).

Dado el carácter online y no presencial de la Universidad el personal académico recibe formación pedagógica necesaria para su manejo en el aula virtual. La valoración general del profesorado sobre las formaciones recibidas es de 4 sobre 5 en el caso de los profesores nuevos y de 3,5 sobre 5 en el caso de profesores que requieren de algún tipo de reciclaje formativo (en una escala de 0 a 5).

En relación con las categorías profesionales, la universidad alega tras la recepción del informe provisional de acreditación, que, a diferencia de las categorías laborales de la universidad pública, en los centros privados las categorías laborales se establecen, no a partir de la idoneidad del perfil al que se presenta un candidato para cubrir una plaza concreta en la universidad pública (catedrático, profesor titular, etc.) sino a partir de las responsabilidades asignadas al profesor por la organización. En este

sentido, la universidad se compromete en el plan de mejoras que presenta, a concordar las categorías profesionales indicadas en la memoria verificadas, las categorías profesionales del convenio colectivo en vigor, y el personal académico que ha impartido el master en el curso de referencia. Para poder reflejar el nuevo panorama, se realizará una modificación de la memoria en la que, por una parte, se recojan las nuevas categorías laborales correspondientes al VII Convenio colectivo nacional de universidades privadas, centros universitarios privados y centros de formación de postgraduados, aprobado el 6 de mayo de 2016 y por otra parte, se actualicen dichas categorías en la tablas del personal académico, con el número real de profesores de cada categoría.

CRITERIO 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Estándar:

El personal de apoyo, los recursos materiales y los servicios puestos a disposición del desarrollo del título son los adecuados en función de la naturaleza, modalidad del título, número de estudiantes matriculados y competencias a adquirir por los mismos.

VALORACIÓN DEL CRITERIO

La UNIR es una universidad online, lo que requiere una estructura organizativa, que dé soporte no solo en las tareas administrativas habituales, sino además en todas aquellas gestiones que inciden en la calidad de la docencia, como es el soporte técnico del campus virtual, el acompañamiento a los estudiantes a lo largo de su aprendizaje, y los contenidos de las distintas asignaturas.

Los programas o acciones de orientación al estudiante en lo relativo al plan de estudios, orientación académica y profesional se acomodan al nivel competencial y naturaleza del Máster Universitario en Marketing Digital y Comercio Electrónico y están en consonancia con lo señalado en la memoria verificada.

El personal de apoyo al título es suficiente y tiene la dedicación y experiencia profesional adecuada para dar soporte a las actividades docentes del Máster.

Se aportan evidencias que reflejan la satisfacción de los estudiantes y los profesores con el campus virtual. Al panel de expertos se le facilitaron las claves del aula virtual del Máster y tras el análisis de los recursos de aprendizaje, se confirma que los estudiantes disponen de toda la información y documentación específica para que puedan desarrollar adecuadamente las actividades de evaluación continua. Cabe destacar, que la UNIR dispone de un curso sobre el manejo del campus virtual y un plan de orientación de estudiantes a través de tutores personales. En las encuestas de calidad de los estudiantes, la función del tutor personal fue valorada con un 4,3 sobre 5 (en una escala de 0 a 5).

Las prácticas externas son obligatorias (6 ECTS) y los estudiantes y egresados están satisfechos con el desempeño y organización de las mismas. En concreto, la valoración de los mecanismos de coordinación de los estudiantes con el tutor de prácticas y el profesor de la asignatura es de un 3,5 sobre 5 (en una escala de 0 a 5) (2014-2015) y de un 4 sobre 5 (en una escala de 0 a 5) (2015-2016).

Por otra parte, el informe de seguimiento del título indicaba que la memoria verificada del título recogía una relación de convenios mucho más amplia que la relación de convenios que la universidad ha sido capaz de firmar, sobre todo en el ámbito latinoamericano. Preguntado por esta cuestión, el equipo directivo indicó al panel de expertos que en la actualidad ha mejorado mucho el proceso de seguimiento de las prácticas externas y el número de convenios firmados. No obstante, los egresados manifestaron que las prácticas habría que mejorarlas ya que las empresas necesitan que las horas de trabajo dedicadas a la empresa sean muchas más que las que se recogen en la asignatura de Prácticas Externas del título.

La universidad se compromete en el plan de mejoras que presenta tras la recepción del informe provisional de acreditación, a consultar dentro de los órganos establecidos por parte de la universidad, claustro, UCT, expertos del área... acerca de las prácticas, su número de ECTS en el conjunto del plan de estudios, nº de horas dedicadas a las actividades formativas,...con el objetivo de mejorar su calidad formativa.

DIMENSIÓN 3. RESULTADOS

CRITERIO 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Estándar:

Los resultados de aprendizaje alcanzados por los titulados son coherentes con el perfil de egreso y se corresponden con el nivel del MECES (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) de la titulación.

VALORACIÓN DEL CRITERIO

Las metodologías docentes, las actividades formativas y los sistemas de evaluación empleados en las distintas asignaturas, tal y como se definen en las guías docentes, están adecuadamente orientadas a la consecución de los resultados de aprendizaje previstos. Hay evidencia formal mediante encuestas a los estudiantes de la satisfacción de los estudiantes con las actividades formativas y los sistemas de evaluación del título.

El panel de expertos consultó varios TFM defendidos durante los dos cursos académicos que se celebró el Máster y pudo constatar que estos se ajustan a la consecución de los resultados de aprendizaje previstos en el título. Según la información recogida en las audiencias con los egresados, profesores y empleadores y por las evidencias aportadas en el Informe de Autoevaluación, se atestigua que los

objetivos del programa formativo se adecuan a lo requerido para un nivel de Máster por el Marco Español de Cualificación para la Educación Superior (MECES).

CRITERIO 7. INDICADORES DE SATISFACCIÓN Y RENDIMIENTO

Estándar:

Los resultados de los indicadores del programa formativo son congruentes con el diseño, la gestión y los recursos puestos a disposición del título y satisfacen las demandas sociales de su entorno.

VALORACIÓN DEL CRITERIO

En relación con los diferentes indicadores del título, en el momento de la evaluación por parte de ANECA de este título, solamente se habían podido calcular las tasas de graduación y abandono para el curso 2014-2015. La tasa de graduación para este curso fue del 81.1% frente al 80% previsto en la memoria verificada. Respecto a la tasa de abandono esta ha sido para el mencionado curso del 5,6% frente al 10% previsto en la memoria.

Respecto a la tasa de eficiencia fue del 100% y del 99,3%, en los cursos 2014-15 y 2015-16, respectivamente, ambos por encima de lo previsto en la memoria verificada (90%). Por otra parte, la tasa de rendimiento fue del 92,8% y del 91,9% en los cursos 2014-15 y 2015-16 respectivamente.

El nivel de satisfacción general de los estudiantes con el título es de 3,8 sobre 5 en el curso 2014-15 y de 4,1 sobre 5 (en una escala de 0 a 5) en el curso 2015-16 (en una escala de 0 a 5). La valoración del profesorado con el título es de 4 sobre 5 (en una escala de 0 a 5) en el curso 2014-15 y de 3,9 sobre 5 (en una escala de 0 a 5) en el curso 2015-16, y el tutor personal, que es también fundamental en una Universidad online alcanza un valor medio de 4 sobre 5 (en una escala de 0 a 5). Respecto a los egresados, en general afirman que están satisfechos o muy satisfechos con la formación del postgrado, y 7 de cada 10 volverían a cursarlo si n de nuevo a estudiar, valorando como muy buena o buena la formación teórica recibida, las clases presenciales virtuales y la calidad de la enseñanza en general. Cabe destacar, que los estudiantes manifestaron una mejora que recientemente se ha incorporado en el Máster que es la celebración de algunos talleres voluntarios con el objetivo de adquirir conocimientos específicos de herramientas e incrementar la variable práctica del título.

Los empleadores entrevistados por el panel de expertos durante la visita, están satisfechos con el nivel de conocimientos adquiridos por los estudiantes del Máster. No obstante, indicaron la falta de conocimiento en ciertos aspectos de programas típicos de comercio electrónico y marketing digital, manejo de SEO y flujo de redirección. Los posibles empleadores de los alumnos egresados del máster, valoran con un 3,7 sobre 5 de media (en una escala de 0 a 5), su grado de satisfacción con el título.

En general, los resultados de inserción laboral evidencian que el Máster promueve la inserción laboral y mejora la situación profesional de los egresados. Esta afirmación se corrobora a partir de una encuesta a los egresados del título, en la que se tomó como referencia a 72 egresados de la primera y la segunda promoción, de los cuales 33 son españoles y 39 son internacionales.

De los españoles, 1 de cada 3 estaba en desempleo en el momento de matricularse, sin embargo, al finalizar el Máster, trabajaban el 82,6%. En el caso de estudiantes internacionales, todos los estudiantes trabajaban en el momento de matricularse y siguen haciéndolo en la actualidad. En cuanto a la mejora laboral, casi el 80% de los españoles y casi el 90% de los estudiantes de Latinoamérica afirman que el Máster ayuda a mejorar profesionalmente.

La universidad se compromete en el plan de mejoras que presenta tras la recepción del informe provisional de acreditación, a consultar dentro de los órganos establecidos por parte de la universidad, claustro, UCT, expertos del área... acerca del plan de estudios y contenidos de las asignaturas que en ellas se contempla, con la finalidad de actualizar contenidos y mejorar la oferta educativa.

MOTIVACIÓN

Una vez valorados los anteriores criterios de evaluación, la Comisión de Acreditación de ANECA emite un informe final de evaluación para la renovación de la acreditación en términos FAVORABLES

Se establecen por parte de ANECA las siguientes recomendaciones comprometidas en el plan de mejoras:

Admitir principalmente a los estudiantes que cumplan el perfil de ingreso recomendado y en caso contrario, ofertar los complementos de formación y dejar registro de que realmente se están cursando.

Realizar una modificación de la memoria en la que se actualicen las categorías del profesorado.

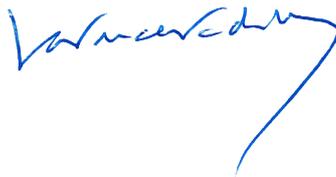
Garantizar prácticas externas de calidad a todos los estudiantes.

Realizar encuestas u otros tipos de estudios a empleadores dentro del SGIC, en donde se diferencien los distintos títulos para poder extraer información constructiva sobre empleabilidad y otros aspectos de la titulación, que redunden en la calidad del mismo.

Reflexionar sobre la posibilidad de incluir en la estructura del título más contenidos sobre programas típicos de comercio electrónico y marketing digital, manejo de SEO y flujo de redirección.

El seguimiento del título por parte de ANECA tendrá un carácter bienal.

En Madrid, a 25/01/2018:



El Director de ANECA