

FECHA: 11/06/2020  
EXPEDIENTE Nº: 6180/2013  
ID TÍTULO: 2502836

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

Denominación del Título	Graduado o Graduada en Marketing por la Universidad Internacional de La Rioja
Universidad solicitante	Universidad Internacional de La Rioja
Universidad/es participante/s	Universidad Internacional de La Rioja
Centro/s	• Facultad Empresa y 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. Dicha solicitud se presenta al amparo del artículo 28 del Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010, por el que se establece el procedimiento para la modificación de planes de estudios ya verificados.

La evaluación de la modificación del plan de estudios se ha realizado por una Comisión de Evaluación formada por expertos nacionales e internacionales 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.

Dicha Comisión de evaluación, de forma colegiada, ha valorado la modificación del plan de estudios de acuerdo con los criterios recogidos en el Protocolo de evaluación para la verificación.

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

## 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.

## RECOMENDACIONES

### CRITERIO 5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

La universidad indica que “el trabajo de fin de grado se realiza individualmente o de manera grupal, con el seguimiento continuo por parte de un profesor-director de TFG, durante la elaboración del mismo. En ambos casos, la evaluación se realiza de manera individual”.



En este sentido, se aporta el reglamento de la UNIR, pero su contenido no está reflejado totalmente en el apartado de Observaciones de la ficha del TFG en la aplicación: así, por ejemplo, en el reglamento se dice que "El director de un TFM/TFG en grupo deberá realizar el informe de autorización de forma individual para cada uno de los componentes del grupo, teniendo en cuenta para ello la evaluación individual que haya realizado de cada uno de ellos. Por ello, cabe la posibilidad de que no todos los miembros del equipo obtengan autorización para defensa", pero esta puntualización no figura en el citado apartado de Observaciones. Por otra parte, en estas se dice que durante la defensa cada miembro del grupo presentará una de las partes, aunque la comisión evaluadora podrá dirigir las cuestiones que considere oportunas a cualquiera de sus componentes o solicitar a cualquier miembro que defienda y explique cualquier parte. Sin embargo, si un estudiante no obtiene autorización para la defensa se entiende que tampoco la parte que le corresponde, lo cual afectará obviamente al TFG en su conjunto y también a la posible evaluación de cada estudiante, al que se le pueden hacer preguntas sobre la parte por él presentada y otras, entre las que no queda claro si se incluyen las realizadas por el estudiante no autorizado a defender el TFG. No se especifica suficientemente si la evaluación del TFG/TFM es integral o adaptada a las autorizaciones otorgadas a los miembros del grupo y, de igual modo, no se aporta información sobre los procesos de evaluación sucesivos que impliquen tanto a los estudiantes afectados, como a los contenidos del trabajo grupal realizado.

Por otra parte en las actividades formativas se debe diferenciar entre tutoría individual y grupal y aportar un sistema de evaluación que mida la interacción colaborativa en los sistemas de evaluación.

Estos aspectos serán de especial atención durante el seguimiento y acreditación del título.

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:

## MODIFICACIONES SOLICITADAS

### GENERAL

PRIMERO- Se solicita un cambio de denominación de la titulación que pasará de denominarse Grado en Marketing y Comercialización Internacional a Grado en Marketing. Se



eliminan las dos posibles menciones que existen en el Grado (1.1). Se modifica la distribución de ECTS del grado (1.2). Se solicita que el número de estudiantes sea de 300 plazas de nuevo ingreso. Se actualiza el enlace de la Normativa de Permanencia. SEGUNDO- Inclusión de un nuevo PDF con la presente solicitud de modificación junto con el histórico de las alegaciones del proceso de modificación y verificación del grado y, precediendo todos ellos, al apartado de justificación; en el cual, se modifica y, además, se actualiza el texto del apartado de acuerdo al nuevo plan de estudios. Asimismo, se incluye al final de este apartado, el Convenio de Colaboración para el Reconocimiento de Créditos firmado con la Consejería de Educación, Formación y Empleo del Gobierno de La Rioja (23 de noviembre de 2015) y la Adenda al citado convenio, firmada el 14 de junio de 2019 (incluyendo la tabla de reconocimientos correspondiente al Grado en Marketing y Comercialización Internacional en la página 9 de la citada adenda). TERCERO- Se modifica la redacción de las competencias CE21, CE23 y CE27. Se incluyen en el apartado las competencias específicas CE31, CE32 y CE33 (3.3). CUARTO- Se modifica el apartado con el objetivo de adaptar la denominación del grado al nuevo nombre solicitado. Se actualiza el Reglamento de Acceso y Admisión a Estudios Oficiales de la Universidad Internacional de La Rioja (4.2). Se adecuan los reconocimientos de asignaturas mediante acreditación de experiencia laboral y profesional al nuevo plan de estudios. Se modifica el número máximo de créditos a reconocer por enseñanzas Superiores Oficiales No Universitarias y se revisa la información aportada en referencia a este reconocimiento, en base al Convenio de Colaboración entre la Consejería de Educación, Formación y Empleo del Gobierno de La Rioja y la Universidad Internacional de La Rioja, de 23 de noviembre de 2015 y su correspondiente Adenda firmada el 14 de junio de 2019 (solo podrán acogerse a estos reconocimientos los estudiantes del Plan 2014 del Grado en Marketing y Comercialización Internacional, hasta la completa extinción del mismo). Se actualiza la "Normativa de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de la Universidad Internacional de La Rioja" (4.4) QUINTO- Se actualiza el apartado de acuerdo al nuevo plan de estudios y se adaptan los sistemas de evaluación y actividades formativas a los nuevos criterios establecidos (5.1). Se actualizan los apartados para adaptarlos a los nuevos criterios establecidos (5.2 y 5.4). Se actualiza e incluye la información correspondiente para cada una de las materias de acuerdo al nuevo plan de estudios propuesto (denominación de la materia y/o asignatura, carácter, ECTS materia y asignatura, asignación de competencias, contenidos por asignatura, apartado de observaciones, computo de horas de actividades formativas) (5.5). SEXTO- Se actualiza el apartado, para adaptar la tabla con los perfiles de profesorado al nuevo plan de estudios, aumentando el número de perfiles, para poder hacer frente al incremento en el número de alumnos, y manteniendo el porcentaje de doctores y doctores acreditados tal y como fue verificado en la modificación anterior. Además, se adapta la información del apartado al VIII Convenio colectivo nacional de universidades privadas (Resolución de 27 de agosto de 2019) (6.1). Se actualiza la información del personal de carácter administrativo y de gestión de la Universidad y se adapta la información al VIII



Convenio colectivo nacional de universidades privadas (6.2). SÉPTIMO- Se actualiza el criterio al incluir un nuevo listado de centros de prácticas con los que se han firmado convenios, teniendo en cuenta el número de plazas de nuevo ingreso solicitado. Se actualizan otros textos y datos de tablas del PDF de este criterio (7). OCTAVO- Se modifica la definición de la tasa de graduación. También se actualizan los valores de las tasas de graduación y de abandono, tomando como referencia los resultados obtenidos en el tiempo que lleva implantado este grado, así como en otros grados de UNIR de la misma área (8.1). Se actualiza texto del apartado para realizar algunos matices e incluir la nueva codificación de los procedimientos y documentos del Sistema de Garantía Interno de Calidad (8.2). NÓVENO- Se incluye el enlace a la última actualización del Sistema Interno de Garantía de Calidad de la Universidad (9). DÉCIMO- Se actualizan los datos del responsable de la titulación y del solicitante, así como el correo electrónico a efectos de notificación (11.1, 11.2 y 11.3).

#### 1.1 - Datos básicos de la descripción del título

Se solicita un cambio en la denominación de la titulación que pasará de denominarse Grado en Marketing y Comercialización Internacional a Grado en Marketing. Se eliminan las dos posibles menciones que existen en el Grado, de manera que las optativas se cursarán de manera libre, sin que conformen ningún itinerario concreto en la titulación.

#### 1.2 – Créditos asociados al título

Se modifica la distribución de ECTS del grado: se reduce el número de asignaturas optativas y, como consecuencia, aumenta el número de ECTS obligatorios. De este modo, los créditos obligatorios que el estudiante debe cursar pasan de 126 ECTS a 144 ECTS y los créditos optativos que el estudiante debe cursar pasan de 36 ECTS a 12 ECTS; además, el Trabajo Fin de Grado pasa de 6 ECTS a 12 ECTS.

#### 1.3 - Universidades y centros en los que se imparte

Se solicita que el número de estudiantes para este grado sea de 300 plazas de nuevo ingreso por curso académico. Se actualiza el enlace de la Normativa de Permanencia del Estudiante en Títulos Oficiales de UNIR.

#### 2.1 - Justificación, adecuación de la propuesta y procedimientos

Inclusión de un nuevo PDF con la presente solicitud de modificación, precediendo al histórico del apartado 2 de la sede electrónica del MECD de esta titulación y el apartado de justificación en el que se ha cambiado el nombre del grado a la nueva denominación y se ha



eliminado lo relativo a las menciones. Además, se aprovecha la presente modificación para actualizar los procesos de consulta internos y externos. Asimismo, se incluye al final de este apartado, el Convenio de Colaboración para el Reconocimiento de Créditos firmado con la Consejería de Educación, Formación y Empleo del Gobierno de La Rioja (23 de noviembre de 2015) y la Adenda al citado convenio, firmada el 14 de junio de 2019 (incluyendo la tabla de reconocimientos correspondiente al Grado en Marketing en la página 9 de la citada adenda).

### 3.3 - Competencias específicas

Se incorporan al apartado las competencias específicas CE31, CE32 y CE33. Se aprovecha para modificar la redacción de las competencias específicas CE21, CE23 y CE27.

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

De acuerdo con lo solicitado en el criterio 1, se revisa el criterio 4 con el objetivo de adaptarlo a la nueva denominación del grado y, en consecuencia, se modifica el apartado. Se actualiza el Reglamento de Acceso y Admisión a Estudios Oficiales de la Universidad Internacional de La Rioja.

### 4.4 - Sistemas de transferencia y reconocimiento de créditos

Se solicita modificar el criterio 4.4. Sistemas de transferencia y reconocimiento de créditos de acceso y admisión de estudiantes para adecuar los reconocimientos de asignaturas mediante acreditación de experiencia laboral y profesional al nuevo plan de estudios. Además, se modifica el número máximo de créditos a reconocer por enseñanzas Superiores Oficiales No Universitarias y se revisa la información aportada en referencia a este reconocimiento, en base al Convenio de Colaboración entre la Consejería de Educación, Formación y Empleo del Gobierno de La Rioja y la Universidad Internacional de La Rioja, de 23 de noviembre de 2015 y su correspondiente Adenda firmada el 14 de junio de 2019 (solo podrán acogerse a estos reconocimientos los estudiantes del Plan 2014 del Grado en Marketing y Comercialización Internacional, hasta la completa extinción del mismo). Se actualiza la Normativa de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de la Universidad Internacional de La Rioja.

### 5.1 - Descripción del plan de estudios

Se actualizan los textos y las tablas de los diferentes subapartados que componen este epígrafe con el fin de adecuarlo a la realidad actual de UNIR y al nuevo plan de estudios propuesto. Se modifica a lo largo del apartado la denominación del título, de acuerdo con el



cambio solicitado en el criterio 1. Se actualiza la tabla de distribución en créditos ECTS del PDF dentro del epígrafe de Estructura de las enseñanzas, de acuerdo al nuevo plan de estudios (se reduce el número de créditos optativos y, en consecuencia, aumenta el número de créditos obligatorios); se actualiza el apartado "Explicación general del Plan de estudios"; se actualiza el apartado "Distribución temporal del plan de estudios" y se incluye la nueva planificación por cursos del grado; se modifica el apartado "Obtención de créditos por actividades"; se actualiza el apartado "Igualdad entre hombres y mujeres, fomento de la educación y cultura de la paz, no discriminación" para corregir alusiones a la Ley 51/2003 que se encuentra derogada; se actualiza el apartado "Procedimiento de coordinación académico-docente"; se actualiza el apartado "Metodología de la Universidad Internacional de La Rioja"; se actualiza el apartado "Planificación y gestión de la movilidad de los estudiantes propios y de acogida"; se actualiza el "Procedimiento para evitar abandonos"; se modifica el apartado "Actividades formativas" de acuerdo con la metodología actual de la Universidad; se modifica el apartado "Sistemas de evaluación" de acuerdo con la realidad actual de la Universidad.

## 5.2 - Actividades formativas

De acuerdo con la metodología actual de la Universidad, se actualiza el apartado para adaptarlo a los nuevos criterios establecidos. Por lo tanto, en cuanto a las actividades formativas de las asignaturas obligatorias y optativas, se realizan cambios en la nomenclatura de algunas de ellas: "Lecciones magistrales" pasa a denominarse "Recursos didácticos audiovisuales". "Trabajo colaborativo (foros)" pasa a denominarse "Trabajo colaborativo". En el caso de las actividades formativas relativas a las Prácticas Externas, se incluye la posibilidad de realizarlas en modalidad virtual (online). En consecuencia, se realizan los siguientes cambios: la actividad formativa "Estancia en el centro de prácticas" pasa a denominarse "Realización de prácticas externas", para ambas modalidades, presencial y virtual. En el caso de las actividades formativas del Trabajo Fin de Grado se realizan los siguientes cambios para adecuarlas a la realidad actual de UNIR: se elimina la actividad formativa "Seminarios (TFG)". Se modifica la denominación de la actividad formativa "Tutorías individuales (TFG)" que pasa a denominarse "Tutorías (TFG)".

## 5.4 - Sistemas de evaluación

Se modifican los sistemas de evaluación de las Prácticas Externas para adecuarlos a la realidad actual de la Universidad. En consecuencia, la actividad formativa "Evaluación del tutor externo" pasa a denominarse "Evaluación en base al informe del tutor externo".

## 5.5 - Módulos, Materias y/o Asignaturas



Se solicita modificar el apartado de acuerdo al nuevo plan de estudios: se eliminan los elementos de nivel 1 en los que se divide la enseñanza, por lo que el grado pasa a estructurarse en materias (elementos de nivel 2). Como consecuencia de la modificación del plan de estudios las materias "Sociología", "Mención en Marketing Internacional Sectorial" y "Mención en Marketing Digital Internacional" son eliminadas. Se adaptan las fichas de las diferentes materias que componen el Grado al nuevo plan de estudios propuesto: Materia 1. Derecho: La materia "Derecho" se mantiene igual que en la última modificación consolidada. Materia 2. Empresa y Contabilidad: Se solicita realizar las siguientes modificaciones en las asignaturas que componen la materia: Se mantiene tal y como fue verificada la asignatura: Introducción a la Administración de Empresas (6 ECTS, B). Se incluyen como nuevas asignaturas: Finanzas para Marketing (6 ECTS, B). La relevancia que tiene comprender las finanzas aplicadas específicamente al área de marketing, plantea la necesidad de brindar al estudiante la adquisición de estos conocimientos. Hoy día las Finanzas y el área Comercial están llamadas a convivir en una relación más estrecha, haciendo que las organizaciones planifiquen mucho mejor sus inversiones comerciales, buscando dirigir todas sus estrategias de forma eficiente hacia un aumento de los resultados de la organización. Creación y Gestión de la Empresa en el Entorno Digital (6 ECTS, OP). Los cambios propiciados por los procesos de transformación digital posicionan tanto al emprendimiento digital como a la gestión de empresas digitales como entornos muy atractivos de trabajo futuro. De ahí que se plantee al estudiante la posibilidad, a través de una asignatura optativa, de conocer estos ámbitos. Inteligencia de Negocio Aplicada a la Empresa (6 ECTS, OP). La inteligencia de negocio es susceptible de utilizarse en cualquier tipo de organización. Precisamente, el enfoque global y estratégico que se ha querido reforzar en el nuevo plan de estudios del Grado en Marketing, se ve favorecido por la incorporación de esta asignatura optativa, que busca dotar al estudiante de unos conocimientos sobre el uso del análisis de datos para la toma de decisiones estratégicas de la empresa, en general, y en el área de marketing, en particular. Dirección de Innovación en un Entorno Digital (6 ECTS, OP). En un contexto de cambios acelerados y continuos, incentivar la innovación dentro de la empresa es un objetivo ineludible. Por ello, con la incorporación de esta asignatura se busca que el estudiante adquiera los conocimientos acerca de cómo analizar internamente una organización para aplicar cambios que se traduzcan en beneficios. Se elimina la asignatura: Control de Gestión (6 ECTS, B). Se elimina esta asignatura por considerarse demasiado específica para un estudiante de grado de Marketing. Se modifica el carácter de la asignatura: Contabilidad de Gestión (6 ECTS, OB), que pasa de tener carácter básico a obligatorio. Se mantienen los contenidos de la asignatura. Se modifica la temporalización de la asignatura: Introducción a la Contabilidad (6 ECTS, B), se secuencian de manera más coherente en el plan de estudios y pasa de impartirse en el 2º cuatrimestre del 1er curso a impartirse en el 1er cuatrimestre. Se mantienen los contenidos de la asignatura. Por lo que la materia pasa de tener 24 ECTS de carácter Básico a tener 42 ECTS, 18 ECTS básicos, 6 ECTS obligatorios y 18 ECTS optativos. Por lo tanto, el carácter de la materia pasa de "Básico" a "Mixto". Se revisan los





resultados de aprendizaje y los contenidos de las asignaturas de la materia. Se revisa la asignación de competencias de la materia como consecuencia de la inclusión de nuevas asignaturas. Debido al aumento en el número de créditos de la materia, se modifican las horas correspondientes a las actividades formativas. Materia 3. Matemáticas y Estadística: Se solicita realizar las siguientes modificaciones en las asignaturas que componen la materia: Se reestructura la asignatura: Matemáticas Financieras (B, 6 ECTS). Se reestructura esta asignatura de Matemáticas, eliminando los contenidos sobre operaciones financieras, al haberse incluido, de forma mucho más detallada, en la asignatura "Finanzas para Marketing" y con ello evitar posibles duplicidades. Adicionalmente, se amplían los conceptos de matemáticas empresariales necesarios para el análisis e interpretación de datos de otras asignaturas. Además, pasa a cambiar su denominación y carácter por Matemáticas Empresariales (OB, 6 ECTS) Se incluye la asignatura: Estadística Aplicada (OB, 6 ECTS). Se añade una asignatura de Estadística Aplicada, reforzando la adquisición de conocimientos específicos y aplicados de tratamiento de datos y análisis al entorno empresarial. Se modifica la denominación de la asignatura: Estadística Descriptiva, que pasa a denominarse Fundamentos de Estadística (B, 6 ECTS). Se mantienen los contenidos de la asignatura. Se modifica la nomenclatura para dotar de unidad y una mayor coherencia interna al plan de estudios. Por lo que se modifican los créditos de la materia: se pasa de 12 ECTS básicos a 18 ECTS, de los cuales 12 ECTS son obligatorios y 6 ECTS básicos. En consecuencia, el carácter de la materia pasa de ser "Básico" a "Mixto". Se revisan los resultados de aprendizaje y los contenidos de las asignaturas de la materia. Debido al aumento en el número de créditos de la materia, se modifican las horas correspondientes a las actividades formativas. Materia 4. Comunicación: Se solicita realizar las siguientes modificaciones en la asignatura que compone la materia: Se modifica la temporalización de la asignatura: Comunicación Personal y Organizacional (B, 6 ECTS), se secuencian de manera más coherente en el plan de estudios y pasa de impartirse en el 1er cuatrimestre del 1er curso a impartirse en el 2º cuatrimestre. Se mantienen los contenidos de la asignatura. Materia 5. Psicología: Se solicita realizar las siguientes modificaciones en la asignatura que compone la materia: Se modifica el carácter y la denominación de la asignatura: Nuevos Comportamientos del Consumidor (B, 6 ECTS) pasa a denominarse Comportamiento del Consumidor (OB, 6 ECTS). Además, cambia el carácter de la asignatura, pasando de ser básica a obligatoria. Se mantienen los contenidos de la asignatura. Por lo que se mantiene el número de créditos de la materia en 6 ECTS, pero pasan de ser básicos a obligatorios. En consecuencia, el carácter de la materia pasa de ser "Básico" a "Obligatorio". Materia 6. Economía y Entorno Económico: El estudio y la formación en Economía se hacen absolutamente necesarios para tratar de comprender por parte de las organizaciones, un entorno cada vez más globalizado y en el que las relaciones económicas son cada vez más complejas. Por ello, se plantea la necesidad de brindar al estudiante la adquisición de conocimientos que permitan explicar los acontecimientos económicos además de las herramientas para analizarlos, máxime cuando el entorno económico es uno de los



condicionantes más relevantes para la toma de decisiones estratégicas. Por lo tanto, se incluye dentro del plan de estudios la materia Economía y Entorno Económico, compuesta por las siguientes asignaturas: Introducción a la Economía (B, 6 ECTS) y Economía Española y Mundial (B, 6 ECTS) Materia 7. Informática Aplicada: Se solicita realizar las siguientes modificaciones en las asignaturas que componen la materia: Se elimina la asignatura: Tecnología Digital y Sistemas Informáticos Comerciales (OB, 6 ECTS). Se elimina esta asignatura al estar incluidos parcialmente sus contenidos en la asignatura Informática Aplicada a la Gestión Comercial y con ello evitar duplicidades. Se incluye la asignatura: Tecnología e Información en la Empresa Digital (OP, 6 ECTS). Se incluye esta asignatura, dentro del bloque de optativas, debido a la importancia que tiene, en un contexto de transformación digital, conocer el uso especializado de las nuevas tecnologías, en el que las empresas se benefician a través de soluciones que apoyan los diferentes procesos internos de su negocio y aquellos externos que lo relacionan con su cadena de valor. Se modifica la denominación y temporalización de la asignatura: Informática Aplicada al Marketing (OB, 6 ECTS) que pasa denominarse Informática Aplicada a la Gestión Comercial (OB, 6 ECTS). Anteriormente esta asignatura se impartía en el 2º cuatrimestre del 2º curso, con la presente modificación pasaría a impartirse en el 2º cuatrimestre del 1er curso, de este modo, se secuencian de manera más coherente en el plan de estudios. Se modifican los contenidos de la asignatura. Por lo que se mantiene el número de créditos de la materia en 12 ECTS, pero pasan de ser obligatorios a ser 6 ECTS obligatorios y 6 ECTS optativos. En consecuencia, el carácter de la materia pasa de ser "Obligatorio" a "Mixto". Se revisan los resultados de aprendizaje y los contenidos de las asignaturas de la materia. Materia 8. Lengua Extranjera: Se solicita realizar las siguientes modificaciones en las asignaturas que componen la materia: Se mantiene como en la modificación consolidada la asignatura: Idioma Inglés II (OB, 6 ECTS) Se modifica el carácter y la temporalización de la asignatura: Idioma Inglés I (B, 6 ECTS) que pasa de tener carácter obligatorio a tener carácter básico. Esta asignatura pasará de impartirse en el 2º cuatrimestre del 1er curso a impartirse en el 1er cuatrimestre del 2º curso. Por lo que se mantiene el número de créditos de la materia en 12 ECTS, pero pasan de ser obligatorios a ser 6 ECTS obligatorios y 6 ECTS básicos. En consecuencia, el carácter de la materia pasa de ser "Obligatorio" a "Mixto". Se revisan los contenidos de las asignaturas de la materia. Se revisa la asignación de competencias. Materia 9. Marketing Estratégico y su Operativa Se solicita realizar las siguientes modificaciones en las asignaturas que componen la materia: Se modifica el carácter de la asignatura: Fundamentos de Marketing (OB, 6 ECTS) cambia de carácter, pasando de ser obligatoria a básica, para dar lugar a Fundamentos de Marketing (B, 6 ECTS). Se elimina la asignatura: Comunicaciones de Marketing Integradas (OB, 6 ECTS). Se elimina dicha asignatura, pues sus contenidos se incluyen parcialmente en las asignaturas de Comunicación Comercial y Marketing Internacional, de este modo se evitan duplicidades. Se incluyen las asignaturas: Decisiones Estratégicas de Marketing (OB, 6 ECTS) y Decisiones sobre Gestión Comercial de Precios (OB, 6 ECTS). La relevancia que tienen las decisiones



estratégicas de marketing sobre la gestión de precios y sobre la dirección de ventas plantean la necesidad de brindar al estudiante la adquisición de conocimientos en estos aspectos. Se traspasan a otras materias del grado las asignaturas: Distribución y Redes Comerciales Internacionales (OB, 6 ECTS) se traspasa a la materia "Dirección Comercial y Distribución". Marketing Digital Internacional (OB, 6 ECTS), se traspasa a la materia "Marketing Digital". Comercio Electrónico Internacional (OB, 6 ECTS), se traspasa a la materia "Marketing Digital". Se modifica la denominación y/o la temporalización de las siguientes asignaturas: Comunicación y Publicidad Convencional y No Convencional (OB, 6 ECTS) pasa a denominarse Comunicación Comercial (OB, 6 ECTS). Esta asignatura pasa de impartirse en el 2º cuatrimestre del 1er curso a impartirse en el 2º cuatrimestre del 2º curso. Se aprovecha para modificar los contenidos de la asignatura. Planificación Estratégica y de Marketing Internacional (OB, 6 ECTS) pasa a denominarse Marketing Internacional (OB, 6 ECTS). Esta asignatura mantiene su temporalización. Se modifican los contenidos de la asignatura. La asignatura Branding y Desarrollo de Producto (OB, 6 ECTS) pasa de impartirse en el 2º cuatrimestre del 2º curso a impartirse en el 1er cuatrimestre del 3er curso. Se mantienen los contenidos de la asignatura. Por lo que se modifican los créditos de la materia: se pasa de 48 ECTS obligatorios a 36 ECTS, de los cuales 30 ECTS son obligatorios y 6 ECTS básicos. Por lo tanto, se modifica el carácter de la materia que pasa de ser "Obligatorio" a ser "Mixto". Se modifican los resultados de aprendizaje y los contenidos de la materia. Debido a la disminución en el número de créditos de la materia, se modifican las horas correspondientes a las actividades formativas. Se revisa la asignación de competencias. Materia 10. Dirección de Equipos: La materia "Dirección de Equipos" se mantiene como en la última modificación consolidada. Materia 11. Técnicas de Investigación de Mercados: Se solicita realizar las siguientes modificaciones en las asignaturas que componen la materia: Se modifica la denominación y temporalización de las asignaturas: Técnicas Cuantitativas de Investigación de Mercados (OB, 6 ECTS) pasa a denominarse Investigación de Mercados I (OB, 6 ECTS). Además, esta asignatura pasa de impartirse en el 1er cuatrimestre del 2º curso a impartirse en el 2º cuatrimestre del 2º curso. Se modifican los contenidos de la asignatura. Técnicas Cualitativas de Investigación de Mercados (OB, 6 ECTS) pasa a denominarse Investigación de Mercados II (OB, 6 ECTS). Se modifican los contenidos de la asignatura. Se mantienen los créditos de la materia en 12 ECTS de carácter obligatorio. Se modifican los resultados de aprendizaje y contenidos de las asignaturas de la materia. Se revisa la asignación de competencias. Materia 12. Dirección Comercial y Distribución: Se solicita realizar las siguientes modificaciones en las asignaturas que componen la materia: Se eliminan las asignaturas: Introducción a la Dirección Comercial (OB, 6 ECTS), Planificación, Control y Gestión Comercial Internacional (OB, 6 ECTS) y Desarrollo y Dinamización del Departamento Comercial Internacional (OB, 6 ECTS). Los contenidos de las tres asignaturas anteriores se han organizado para dar lugar a dos asignaturas que se incluyen en esta materia: Venta Personal y Dirección de Ventas (OB, 6 ECTS) y Decisiones sobre Distribución Comercial (OB, 6 ECTS). Esta última asignatura se incluye de otra materia y



cambia de denominación y temporalización, tal y como se especifica: Distribución y Redes Comerciales Internacionales (OB, 6 ECTS) proviene de la materia "Marketing Estratégico y su Operativa" y pasa a denominarse Decisiones sobre Distribución Comercial (OB, 6 ECTS). La asignatura pasa de impartirse en el 1er cuatrimestre del 4º curso a impartirse en el 2º cuatrimestre del 3er curso. Por todo lo anterior, se modifican los créditos de la materia Dirección Comercial y Distribución: se pasa de 18 ECTS obligatorios a 12 ECTS, manteniéndose el carácter de la materia como "Obligatorio". Se modifican los resultados de aprendizaje y los contenidos de la materia. Debido a la disminución en el número de créditos de la materia, se modifican las horas correspondientes a las actividades formativas. Materia 13. Gestión Internacional de la Empresa: Se solicita realizar las siguientes modificaciones en las asignaturas que componen la materia: Se mantienen como en la última modificación consolidada las asignaturas: Gestión Internacional de la Empresa (OB, 6 ECTS) y Financiación Internacional (OB, 6 ECTS) Se elimina la asignatura: Gestión de Operaciones Internacionales (OB, 6 ECTS). Se elimina esta asignatura al haberse tratado sus contenidos parcialmente en la asignatura de Gestión Internacional de la Empresa. Por lo tanto, la materia pasa de tener 18 ECTS obligatorios a tener 12 ECTS obligatorios, manteniendo su carácter "Obligatorio". Se modifican los contenidos de la materia para eliminar los relativos a la asignatura que se elimina. Como consecuencia de la disminución en el número de créditos de la materia se modifican las horas de las actividades formativas. Materia 14. Marketing Digital: Se modifica la denominación de la materia que pasa de llamarse "Marketing Digital Internacional" a denominarse "Marketing Digital". Se solicita realizar los siguientes cambios en las asignaturas que componen la materia: Se eliminan las asignaturas: Publicidad Search Internacional en Buscadores y Posicionamiento: SEM y SEO (OPT, 6 ECTS), Aspectos Legales para la Internacionalización Digital (OPT, 6 ECTS) y Cultura, Sociedad y Tendencias en Mercados Internacionales (OPT, 6 ECTS). Se eliminan dichas asignaturas, pues sus contenidos se incluyen parcialmente en las asignaturas de Medición y Analítica Web; Comercio Electrónico y Plan de Marketing Digital y con ello se evitan duplicidades. Se incluyen desde otra materia del grado las asignaturas: Marketing Digital Internacional (OB, 6 ECTS) desde la materia "Marketing Estratégico y su Operativa" y pasa a denominarse Estrategias de Marketing Digital (OB, 6 ECTS). La asignatura pasa de cursarse en el 1er cuatrimestre del 4º curso a impartirse en el 1er cuatrimestre del 3er curso. Se modifican los contenidos de la asignatura. Comercio Electrónico Internacional (OB, 6 ECTS), desde la materia "Marketing Estratégico y su Operativa" y pasa a denominarse Comercio Electrónico (OB, 6 ECTS). La asignatura pasa de cursarse en el 2º cuatrimestre del 4º curso a impartirse en el 1er cuatrimestre del 3er curso. Se modifican los contenidos de la asignatura. Se modifica denominación, temporalización y carácter de las asignaturas: Gestión Internacional de Comunidades Virtuales y Redes Sociales (OPT, 6 ECTS) pasa a denominarse Gestión de Comunidades Virtuales y Redes Sociales (OB, 6 ECTS). La asignatura pasa de tener carácter optativo a ser obligatoria. Se modifica su temporalización pasando de impartirse en el 2º cuatrimestre del 3er curso a impartirse el 1er cuatrimestre del 4º curso. Se modifican los



contenidos de la asignatura. Publicidad Internacional Online Display (OPT, 6 ECTS) pasa a denominarse Plan de Marketing Digital (OB, 6 ECTS). La asignatura pasa de tener carácter optativo a ser obligatoria. Se cambia la temporalización de la asignatura, pasando de impartirse en el 2º cuatrimestre del 3er curso a impartirse en el 1er cuatrimestre del 4º curso. Se modifican los contenidos de la asignatura. Marketing Móvil en Mercados Internacionales (OPT, 6 ECTS) pasa a denominarse Marketing Móvil (OB, 6 ECTS). La asignatura pasa de tener carácter optativo a ser obligatoria. Se cambia la temporalización de la asignatura, pasando de impartirse en el 2º cuatrimestre del 3er curso a impartirse en el 1er cuatrimestre del 4º curso. Se modifican los contenidos de la asignatura. Analítica Web Internacional (OPT, 6 ECTS) pasa a denominarse Medición y Analítica Web (OB, 6 ECTS). La asignatura pasa de tener carácter optativo a ser obligatoria. Se cambia la temporalización de la asignatura, pasando de impartirse en el 2º cuatrimestre del 3er curso a impartirse en el 1er cuatrimestre del 4º curso. Se modifican los contenidos de la asignatura. Se detecta errata en el número de créditos de la materia, por lo que se revisa y se indica que el número de créditos de la materia teniendo en cuenta las modificaciones mencionadas será de 36 ECTS, pasando el carácter de optativo a obligatorio. Se modifican los contenidos y resultados de aprendizaje de la materia. Se revisa la asignación de competencias. Materia 15. Prácticas Externas: Las asignaturas que conforman la materia Prácticas Externas se mantienen tal y como fueron verificadas: Prácticas I (PE, 6 ECTS) y Prácticas II (PE, 6 ECTS). El principal cambio realizado en esta materia es que se incluye la posibilidad de realizar las prácticas en modalidad virtual. En consecuencia, dentro de las actividades formativas se diferencia la Realización de prácticas externas para la modalidad presencial, cuyo porcentaje de presencialidad será 100% y para la modalidad virtual, cuyo porcentaje de presencialidad será 0% ya que, tal y como se indica en la definición de la actividad formativa "El desempeño del estudiante en la empresa en la asignatura de Prácticas Externas, no exige una presencia física del mismo en el centro sino la consecución de los objetivos y resultados fijados por el centro de prácticas a partir del proyecto formativo establecido por la universidad". Materia 16. Trabajo Fin de Grado Se modifica el número de créditos de la asignatura: Trabajo Fin de Grado (TFG, 6 ECTS) aumenta su número de créditos para pasar a tener 12 ECTS, Trabajo Fin de Grado (TFG, 12 ECTS). Se ha optado por realizar esta modificación con el objetivo de alinear la estructura del Trabajo Fin de Grado con la de la mayoría de grados que conforman la oferta educativa de UNIR. En consecuencia, se modifican las horas asignadas a las actividades formativas. Además, dentro del apartado "Observaciones" se incluye la posibilidad de realizar el trabajo de manera grupal.

## 6.1 – Profesorado

Se actualiza el PDF del apartado, para adaptar la tabla con los perfiles de profesorado al nuevo plan de estudios, aumentando el número de perfiles, para poder hacer frente al incremento en el número de alumnos de nuevo ingreso solicitado, y manteniendo el



porcentaje de doctores y doctores acreditados tal y como fue verificado en la modificación anterior. Además, se adapta la información del apartado al VIII Convenio colectivo nacional de universidades privadas (Resolución de 27 de agosto de 2019).

## 6.2 - Otros recursos humanos

Se incluye nuevo PDF del apartado, donde se actualiza la información del personal de carácter administrativo y de gestión de la Universidad y se adapta la información al VIII Convenio colectivo nacional, en la correspondiente tabla. Se aprovecha para corregir alusiones a la Ley 51/2003 que se encuentra derogada.

## 7.1 - Justificación de recursos materiales y servicios disponibles

Se actualiza el apartado al incluir un nuevo listado de centros de prácticas con los que se han firmado convenios, teniendo en cuenta el número de plazas de nuevo ingreso solicitado. Se actualizan otros textos y datos de tablas del PDF de este criterio.

## 8.1 - Estimación de resultados con valores cuantitativos

Se modifica la definición de la tasa de graduación. También se actualizan los valores de las tasas de graduación y de abandono, tomando como referencia los resultados obtenidos en el tiempo que lleva implantado este grado, así como en otros grados de UNIR de la misma área.

## 8.2. Procedimiento general para valorar el progreso y los resultados

Se actualiza el apartado para realizar algunos matices e incluir la nueva codificación de los procedimientos y documentos del Sistema de Garantía Interno de Calidad.

## 9 - Sistema de garantía de calidad

Se incluye el enlace a la última actualización del Sistema Interno de Garantía de Calidad de la Universidad.

## 11.1 - Responsable del título

Se actualizan los datos personales del responsable de la titulación, así como el correo electrónico del responsable a efectos de notificación.

## 11.2 - Representante legal



Se actualiza el correo electrónico del representante legal a efectos de notificación.

### 11.3 – Solicitante

Se actualizan los datos del solicitante, así como el correo electrónico del solicitante a efectos de notificación.

Madrid, a 11/06/2020:

LA DIRECTORA DE ANECA



Mercedes Siles Molina

