

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el Real Decreto 1393/2007, por el que se establece la ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO		CÓDIGO CENTRO			
Universidad Internacional de La Rioja		Facultad Empresa y Comunicación		26003829			
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA					
Máster		Inteligencia de Marketing					
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA							
Máster Universitario en Inteligencia de Marketing por la Universidad Internacional de La Rioja							
NIVEL MECES							
3 3							
RAMA DE CONOCIMIENTO		CONJUNTO					
Ciencias Sociales y Jurídicas		No					
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS		NORMA HABILITACIÓN					
No							
SOLICITANTE							
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO					
Virginia Montiel Martín		Responsable de Programas ANECA					
Tipo Documento		Número Documento					
NIF		16609588T					
REPRESENTANTE LEGAL							
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO					
Juan Pablo Guzmán Palomino		Secretario General					
Tipo Documento		Número Documento					
NIF		24236227T					
RESPONSABLE DEL TÍTULO							
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO					
Eva Asensio del Arco		Vicedecana de Desarrollo y Organización Académica de la Facultad					
Tipo Documento		Número Documento					
NIF		50088632Z					
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN							
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.							
DOMICILIO		CÓDIGO POSTAL		MUNICIPIO		TELÉFONO	
Avenida de la Paz, 137		26006		Logroño		676614276	
E-MAIL		PROVINCIA				FAX	
virginia.montiel@unir.net		La Rioja				902877037	



3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 5/1999 de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley 5-1999, sin perjuicio de lo dispuesto en otra normativa que ampare los derechos como cedentes de los datos de carácter personal.

El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 59 de la 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, en su versión dada por la Ley 4/1999 de 13 de enero.

	En: La Rioja, AM 14 de febrero de 2022
	Firma: Representante legal de la Universidad



1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Máster	Máster Universitario en Inteligencia de Marketing por la Universidad Internacional de La Rioja	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
LISTADO DE ESPECIALIDADES				
No existen datos				
RAMA		ISCED 1	ISCED 2	
Ciencias Sociales y Jurídicas		Administración y gestión de empresas		
NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA				
AGENCIA EVALUADORA				
Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación				
UNIVERSIDAD SOLICITANTE				
Universidad Internacional de La Rioja				
LISTADO DE UNIVERSIDADES				
CÓDIGO	UNIVERSIDAD			
077	Universidad Internacional de La Rioja			
LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS				
CÓDIGO	UNIVERSIDAD			
No existen datos				
LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES				
No existen datos				

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE COMPLEMENTOS FORMATIVOS	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
60	0	6
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/MÁSTER
0	42	12
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
ESPECIALIDAD	CRÉDITOS OPTATIVOS	
No existen datos		

1.3. Universidad Internacional de La Rioja

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS	
CÓDIGO	CENTRO
26003829	Facultad Empresa y Comunicación

1.3.2. Facultad Empresa y Comunicación

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO		
PRESENCIAL	SEMIPRESENCIAL	VIRTUAL
No	No	Sí
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	
300	300	



TIEMPO COMPLETO		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	60.0	60.0
RESTO DE AÑOS	49.0	60.0
TIEMPO PARCIAL		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	22.0	48.0
RESTO DE AÑOS	22.0	48.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://static.unir.net/documentos/normativa_permanencia_estudiante.pdf		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	



2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
BÁSICAS
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
GENERALES
CG1 - Ser capaz de capturar información en entornos complejos y aplicar la tecnología necesaria para realizar un tratamiento de datos que asegure una gestión eficiente de la cartera de clientes de una organización.
CG2 - Capacidad de entender y usar el lenguaje y los principios tecnológicos que permiten interactuar apropiadamente con profesionales técnicos de minería de datos en el ámbito de la inteligencia de marketing.
CG3 - Ser capaz de realizar un análisis estadístico avanzado y multivariante de datos comerciales.
CG4 - Aplicar herramientas de software avanzado para visualizar, de una forma gráfica y clara, datos de marketing.
CG5 - Ser capaz de comparar distintas alternativas sobre la ejecución de planes de marketing haciendo uso de un gran volumen de datos.
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
CT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje.
CT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar atractivas y eficaces presentaciones de los mismos.
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CE1 - Capacidad para desarrollar visualizaciones dinámicas de conjuntos de datos masivos provenientes de la evaluación de las estrategias de marketing implantadas en la organización.
CE2 - Capacidad de identificar y analizar recursos y plataformas tecnológicas empleados para la captura de información empresarial en el ámbito de la inteligencia de marketing.
CE3 - Ser capaz de validar mejoras en la gestión de la información para desarrollar soluciones tecnológicas en el ámbito de la inteligencia de marketing.
CE4 - Ser capaz de formular consultas usando la terminología específica de lenguajes informáticos (tipo SQL), lenguaje utilizado para administrar y recuperar información de sistemas de gestión de bases de datos relacionales.
CE5 - Analizar la información con herramientas estadísticas de software tipo SPSS para tomar decisiones eficientes de marketing.
CE6 - Capacidad de identificar acciones innovadoras y creativas de marketing mix basadas en la inteligencia y análisis masivo de datos.
CE7 - Capacidad de analizar, mediante el uso de datos masivos, la trazabilidad de la navegación web de los potenciales clientes y adecuar la oferta de un producto y/o servicio a sus necesidades.
CE8 - Implementar mecanismos avanzados de analítica web para posicionar favorablemente las acciones comerciales de la empresa en buscadores.
CE9 - Implementar procesos que mejoren la gestión de la experiencia de los clientes mediante el uso de la información derivada de las estrategias de marketing.
CE10 - Ser capaz de formular y validar propuestas de mejora de la experiencia de los clientes, analizando el ciclo de vida de éstos.



CE11 - Identificar las fuentes de datos adecuadas para cada problema de la organización a resolver en el ámbito de la inteligencia de marketing.

CE13 - Aplicar técnicas de storytelling para la presentación exitosa de la información de marketing generada por las soluciones de visualización interactiva de datos.

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

4.2. Requisitos de acceso y criterios de admisión

El órgano encargado de la gestión del proceso de admisión es el Departamento de Admisiones en su vertiente Nacional e Internacional.

La admisión definitiva en el título es competencia de la Comisión de Admisiones del mismo, que está compuesta por, al menos:

- Responsable del título (que puede delegar en un profesor del título).
- Responsable de Acceso y Verificaciones.

De acuerdo con el artículo 16 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, sobre Organización de las Enseñanzas Universitarias Oficiales, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio; p

P

ara el acceso a las enseñanzas oficiales de este máster se requerirá:

es necesario cumplir los requisitos de acceso establecidos en el artículo 18 del RD 822/2021, de 28 de septiembre.

1. Estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior perteneciente a otro estado integrante del Espacio Europeo de Educación Superior que faculte en el mismo para el acceso a enseñanzas de máster.
2. Para los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado. El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas de máster.

Además de ello, y de forma más concreta, se requiere que los estudiantes que accedan al máster, cumplan al menos uno de los siguientes requisitos:

Acceso sin complementos de formación

1. Estén en posesión de alguno de los títulos universitarios considerados como afines a la inteligencia de negocio, es decir, sean titulados universitarios en áreas afines a:
 - a) Área de Economía y Finanzas: como por ejemplo Economía, Empresariales, Administración de Empresas, Finanzas y Contabilidad, Análisis de Negocios, Investigación de Mercados, Análisis Económico.
 - b) Área de Ingeniería y Ciencias.
 - c) Titulaciones que, en el caso de estudiantes extranjeros, puedan ser consideradas equivalentes a las indicadas en el epígrafe a), por la comisión de admisiones.

Acceso con un mínimo de 24 créditos en Técnicas Cuantitativas

2. Estén en posesión de alguno de los títulos universitarios de las siguientes áreas: Marketing, Comunicación, Publicidad, Recursos Humanos y Relaciones Laborales, o denominaciones similares.
3. Cumpliendo los requisitos de acceso que señala el Real Decreto 1393/2007, **derogado y sustituido por el RD 822/2021, de 28 de septiembre**, acrediten experiencia profesional demostrable, con **no menos de dos años de experiencia con dedicación completa, o tiempo equivalente en el caso de dedicación parcial, realizando tareas relacionadas con el ámbito de conocimiento** (se solicitará certificado de empresa o documento que acredite la experiencia profesional descrita):

- Proyectos vinculados a departamentos de estrategia o inteligencia competitiva.
- Análisis de datos aplicados a estudios de mercado.
- Implementación de herramientas de marketing digital.
- Métricas de marketing.
- Optimización de recursos empresariales (ERP).
- Inteligencia de cliente (CRM).

Adicionalmente, en el segundo y tercero de los accesos descritos, los estudiantes deberán justificar **además** de los requisitos ya indicados, un conocimiento adecuado en Técnicas Cuantitativas para el acceso al máster, por disponer de:

1. una formación demostrable de un mínimo de 24 ECTS.
2. Años de experiencia profesional en técnicas cuantitativas, estableciéndose una equivalencia de 12 ECTS por cada año de experiencia profesional a tiempo completo en tareas directamente relacionadas con las técnicas cuantitativas.

Aquellos estudiantes que no puedan acreditar que poseen los conocimientos previos mencionados para un normal seguimiento del plan de estudios podrán cursar, de manera previa al inicio del máster, los complementos de formación incluidos en el apartado 4.2.2. hasta completar los 24 ECTS exigidos.



Satisfechos los requisitos específicos de acceso previamente mencionados, y solo en el caso de que el número de solicitudes de plaza que cumplen con los requisitos recogidos en las vías de acceso exceda al número de plazas ofertadas, en la resolución de las solicitudes de admisión se tendrá en cuenta los siguientes criterios de valoración:

- Nota media del expediente en la titulación que otorga el acceso al máster (100 %).

En caso de empate en puntuaciones, se elegirá al que tenga mayor número de matrículas de honor y, en su caso, sobresalientes y así sucesivamente.

4.2.1. Atención a estudiantes con necesidades especiales

Existe en UNIR el Servicio de Atención a las Necesidades Especiales que presta apoyo a los estudiantes en situación de diversidad funcional, temporal o permanente, aportando las soluciones más adecuadas a cada caso. Su objetivo prioritario es conseguir la plena integración en la vida universitaria de todos los estudiantes buscando los medios y recursos necesarios para hacer una universidad para todos.

La detección de dichas necesidades se realiza a través de diversos mecanismos:

- Estudiantes con certificado de discapacidad: siguiendo la idea central de proactividad se llama a todos los estudiantes.
- Desde tutorías: los tutores remiten al Servicio los casos de estudiantes sin certificado de discapacidad.
- Admisiones: los asesores remiten las dudas de los posibles futuros estudiantes con discapacidad, el Servicio se pone en contacto directamente con ellos.
- Otros departamentos: SOA (Servicio de Orientación Académica), Defensor Universitario, Solicitudes, etc.

En el contacto con el estudiante se definen los ámbitos de actuación: diagnóstico de necesidades, identificación de barreras, asesoramiento personalizado, etc.

Entre los servicios que presta se encuentran adaptaciones de materiales, curriculares, en los exámenes, asesoramiento pedagógico, etc., involucrando en cada caso a los departamentos implicados (Departamento de Exámenes, Dirección Académica, Profesorado, etc.).

4.2.2. Complementos de formación

Los estudiantes procedentes del segundo y tercero de los accesos descritos previamente, que no puedan demostrar que poseen los necesarios conocimientos previos para un normal seguimiento del plan de estudios, podrán cursar complementos de formación.

De este modo, si sus conocimientos previos les permiten cubrir junto con los complementos de formación ofertados, los 24 ECTS de técnicas cuantitativas requeridos para el ingreso, deberán cursar uno o varios de los siguientes complementos de formación:

1. Fundamentos de Álgebra, Matrices y Determinantes (6 ECTS).
2. Análisis de Datos Univariantes, Bivariantes y Series Temporales (6 ECTS).
3. Estimadores Puntuales, Intervalos de Confianza y Contrastes de Hipótesis (6 ECTS).
4. El Modelo de Regresión: Estimación MCO, Predicción y Análisis de los Residuos (6 ECTS).

ANEXO: NORMATIVA APLICABLE

REGLAMENTO DE ACCESO Y ADMISIÓN A ESTUDIOS OFICIALES DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA

Preámbulo

El estudio, en la Universidad Internacional de La Rioja, se rige por los criterios y procedimientos de acceso y admisión que, con carácter general, son definidos para todas las Universidades por la normativa estatal y autonómica de aplicación y, en particular, lo establecido en la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, modificada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril y por la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE), el Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, por el que se establece la normativa básica de los procedimientos de admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado, el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, derogado por el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, el Real Decreto 99/2011, de 28 de enero, por el que se regulan las enseñanzas oficiales de doctorado, y demás órdenes ministeriales de desarrollo de la normativa anterior, así como la Orden 3/2015, de 25 de marzo, de la Consejería de Educación, Cultura y Turismo, por la que se regulan las pruebas de acceso a los estudios universitarios de Grado en la Comunidad Autónoma de La Rioja de las personas mayores de veinticinco y cuarenta y cinco años.

El presente reglamento general concreta y desarrolla aquellos elementos que la normativa estatal y autonómica define dentro del marco de autonomía universitaria, todo ello con absoluto respeto a los principios de normalización, accesibilidad universal y diseño para todos establecidos en la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad. Finalmente, el nuevo 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, realiza algunas previsiones en materia de acceso que son recogidas en este reglamento.

Por todo ello, el Consejo Directivo de la Universidad Internacional de La Rioja, aprobó el presente reglamento en sesión celebrada, en su Comisión Permanente, el 14 de julio de 2016 de Acceso a estudios oficiales de la Universidad Internacional de La Rioja:

Capítulo I. Disposiciones Generales

Artículo 1. Ámbito de Aplicación.

La presente normativa es de aplicación en los procedimientos de acceso y admisión de cualesquiera de los estudios oficiales de grado, master y doctor impartidos por la Universidad internacional de La Rioja.

Artículo 2. Definiciones.



1. Requisitos de acceso: Conjunto de requisitos necesarios para cursar unas determinadas enseñanzas universitarias oficiales de Grado, Máster o Doctorado en la Universidad Internacional de La Rioja. Los requisitos de acceso serán los determinados con carácter general en la normativa estatal y autonómica de aplicación y los que adicionalmente puedan haberse determinado en las respectivas memorias de verificación de cada estudio.

2. Admisión: Supone la adjudicación de las plazas ofrecidas por la Universidad Internacional de La Rioja para iniciar alguno de sus estudios oficiales. La admisión requiere la previa comprobación del cumplimiento de los requisitos de acceso.

3. Criterios de Admisión: Conjunto de criterios de valoración de méritos de los distintos candidatos a fin de establecer la prelación entre ellos. Son criterios de admisión aquellos que hayan sido fijados en esta normativa o en la correspondiente memoria de verificación del estudio. En ningún caso tales criterios podrán ser discriminatorios y habrán de tener un carácter objetivo y comprobable.

4. Admisión Directa: En aquellas titulaciones en las que la demanda de plazas no supera a la oferta, el Departamento de Admisiones podrá proceder a la admisión directa, previa solicitud de la plaza y a la verificación del cumplimiento de los requisitos de acceso.

5. Procedimiento de Admisión: Es el proceso por el que, una vez verificado que los candidatos ostentan todos los requisitos de acceso, se procede a la asignación de las correspondientes plazas, de acuerdo con los criterios de admisión aprobados. El procedimiento de admisión, que podrá consistir en pruebas o evaluaciones, valoración de la documentación que acredite la formación previa, entrevistas, u otros mecanismos, se llevará a cabo conforme al procedimiento previsto en esta normativa, así como en la correspondiente memoria de verificación del estudio.

Los sistemas y procedimientos de admisión prestarán especial atención a los estudiantes con necesidades educativas especiales derivadas de la discapacidad. A tal fin, el Servicio de Atención a las Necesidades Especiales (SANNEE) evaluará la necesidad de posibles adaptaciones curriculares, itinerarios o estudios alternativos a estos estudiantes.

Capítulo II. Estudios de Grado

Artículo 3. Acceso a los estudios de grado.

El acceso a los estudios de grado requerirá el cumplimiento por los candidatos de los requisitos de acceso previstos en el artículo 3 del Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, que se acreditará en el momento de la matriculación con la documentación indicada en el anexo IV.

Asimismo, el acceso a cada estudio concreto requerirá el cumplimiento de los requisitos adicionales que pudieran haberse determinado en la correspondiente memoria de verificación del estudio.

Se definen las siguientes vías de acceso a los estudios de grado:

1. Superación de la Evaluación de Bachillerato para el Acceso a la Universidad (EBAU) y pruebas de acceso a la universidad anteriores.
2. Título de Bachiller, sin necesidad de superar la evaluación de bachillerato para el acceso a la universidad, para quienes durante el curso 2016-2017 hubiesen cursado materias de Bachillerato del currículo anterior al definido por la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, y quienes habiendo obtenido el título de Bachiller en el curso 2015-2016 no hubieran accedido a la universidad al finalizar dicho curso, de conformidad con lo previsto en la Disposición Transitoria Única de la Orden ECD/1941/2016, de 22 de diciembre.
3. Títulos de Técnico Superior de Formación Profesional, de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño o de Técnico Deportivo Superior del Sistema Educativo Español, equivalentes u homologados.
4. Superación de prueba de Acceso de Mayores de 25 años.
5. Superación de prueba de Acceso de Mayores de 40 años.
6. Superación de prueba de Acceso de Mayores de 45 años.
7. Titulado Universitario.
8. Acceso por reconocimiento de estudios universitarios parciales españoles (mínimo 30 créditos ECTS).
9. Acceso por reconocimiento de estudios parciales en otros sistemas universitarios diversos del español (mínimo 30 créditos ECTS).
10. Otras vías permitidas por las ordenaciones anteriores a la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa.

El Acceso a los estudios de Grado por parte de Estudiantes procedentes de sistemas educativos extranjeros se regirá por lo dispuesto en el procedimiento que se adjunta como Anexo III de esta Normativa.

Artículo 4. Acceso con carácter condicional.

Conforme a lo establecido en el artículo 4 del Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, la Universidad Internacional de La Rioja facilitará el acceso con carácter condicional a aquellos estudiantes que soliciten el acceso mediante la presentación de un título que requiera la previa homologación, siempre que acrediten haber presentado la correspondiente solicitud de homologación.

El acceso y admisión condicional se regirá por lo dispuesto en el procedimiento que se adjunta como Anexo III de esta Normativa.

Artículo 5. Admisión a los estudios de grado.

5.1. Admisión directa.

Con carácter general, salvo en los supuestos en los que la demanda supere la oferta de plazas disponibles en un año académico, se utilizará la vía de admisión directa, a no ser que la memoria de verificación del estudio disponga lo contrario.

5.2. Admisión a través de un procedimiento específico definido en la memoria del título



Cuando el número de plazas disponibles sea inferior a la demanda, al término del plazo de solicitudes, se llevará a cabo de acuerdo con el procedimiento y criterios de admisión que hayan sido definidos en la memoria de verificación del estudio.

Artículo 6. Acceso y Admisión de personas mayores de 25 años.

Las personas mayores de 25 años que no posean ninguna titulación académica que de acceso a la Universidad por otras vías, podrán acceder mediante la superación de la prueba de acceso de mayores de 25 años.

El procedimiento de acceso y admisión se regirá por lo establecido en el procedimiento específico de acceso y admisión definido en el Capítulo IV del Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, y la Orden 3/2015, de 25 de marzo, de la Consejería de Educación, Cultura y Turismo, por la que se regulan las pruebas de acceso a los estudios universitarios de Grado en la Comunidad Autónoma de La Rioja de las personas mayores de veinticinco y cuarenta y cinco años.

Artículo 7. Acceso y Admisión de personas mayores de 40 años.

Podrán acceder a la universidad por esta vía los candidatos con experiencia laboral o profesional en relación con la materia propia de un determinado grado, que no posean ninguna titulación académica habilitante para acceder a la universidad por otras vías y cumplan o hayan cumplido los 40 años de edad en el año natural de comienzo del curso académico.

El procedimiento de acceso y admisión se regirá por lo dispuesto en la Sección Segunda del Capítulo IV del Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, así como por el procedimiento que se incluye en el Anexo I de esta normativa.

Artículo 8. Acceso y Admisión de personas mayores de 45 años.

Las personas mayores de 45 años que no posean ninguna titulación académica que de acceso a la Universidad por otras vías, podrán acceder mediante la superación de la prueba de acceso de mayores de 45 años.

El procedimiento de acceso y admisión se regirá por lo establecido en el procedimiento específico de acceso y admisión definido en el Capítulo IV del Real Decreto 412/2014, de 6 de junio y la Orden 3/2015, de 25 de marzo, de la Consejería de Educación, Cultura y Turismo, por la que se regulan las pruebas de acceso a los estudios universitarios de Grado en la Comunidad Autónoma de La Rioja de las personas mayores de veinticinco y cuarenta y cinco años.

Capítulo III. Estudios de Máster

Artículo 9. Acceso a estudios de Máster

El acceso a los estudios de Máster requerirá el cumplimiento por los candidatos de los requisitos de acceso previstos en el artículo 18 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre que se acreditará en el momento de la matriculación con la documentación indicada en el anexo IV.

Asimismo, el acceso a cada estudio concreto requerirá el cumplimiento de los requisitos adicionales que pudieran haberse determinado en la correspondiente memoria de verificación del estudio.

Artículo 10. Admisión a estudios de Máster

10.1. Admisión directa.

Con carácter general, salvo en los supuestos en los que la demanda supere la oferta de plazas disponibles, se utilizará la vía de admisión directa, a no ser que la memoria de verificación del estudio disponga lo contrario.

10.2. Admisión siguiendo un procedimiento específico previsto en la memoria del título

Cuando el número de plazas disponibles sea inferior a la demanda, al término del plazo de solicitudes, se llevará a cabo de acuerdo con el procedimiento y criterios de admisión que hayan sido definidos en la memoria de verificación del estudio.

10.3. Admisión de estudiantes no egresados

Según lo establecido en el artículo 18.4 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre se permitirá el acceso a Máster Universitario a aquellos estudiantes a los que les reste por superar el TFG y como máximo hasta 9 créditos ECTS. En ningún caso podrán obtener el título de Máster si previamente no ha obtenido el título de Grado.

En el caso de titulaciones extranjeras se aplicará criterio de analogía. A estos efectos, la equivalencia de las unidades de aprendizaje a créditos ECTS se realizará por la Comisión de Admisiones previo informe del Servicio de Acceso y Verificación.

Además de los requisitos establecidos en las memorias de los títulos, como criterio general de admisión, tendrán preferencia los estudiantes graduados frente a los que no lo sean.

Disposición Final. Entrada en vigor

Las modificaciones aprobadas el 14 de octubre de 2021 entrarán en vigor el 19 de octubre de 2021, coincidiendo con la entrada en vigor del RD 822/2021.

ANEXO I. PROCEDIMIENTO DE ACCESO A LAS ENSEÑANZAS OFICIALES DE GRADO DE UNIR DE MAYORES DE 40 AÑOS MEDIANTE ACREDITACIÓN DE EXPERIENCIA LABORAL Y PROFESIONAL

1. Requisitos.

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 16.1 del RD. 412/2014, podrán acceder por esta vía los candidatos que reúnan los siguientes requisitos:



1. Acreditar una determinada experiencia laboral y profesional en relación con la titulación o titulaciones universitarias oficiales de grado en las que se solicite ser admitido.

2. No estar en posesión de ninguna titulación académica que habilite para acceder a la universidad por otras vías.

3. Cumplir o haber cumplido los 40 años de edad en el año natural de comienzo del curso académico, entendiéndose por año natural el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre del año en cuestión.

2. Convocatoria

La Universidad Internacional de La Rioja realizará una convocatoria anual para el acceso por esta vía, en los plazos que permitan a los candidatos concurrir debidamente a los procedimientos de admisión. La convocatoria establecerá el modelo y los plazos de solicitud de cada llamamiento así como la documentación que se ha de entregar, que incluirá, en todo caso, un currículum vitae, en el que el candidato consignará de manera precisa, entre otros aspectos, su experiencia laboral y profesional y la documentación acreditativa correspondiente, y, de manera obligatoria, el certificado de vida laboral del candidato.

Los solicitantes que puedan acreditar experiencia laboral o profesional relacionada con más de una titulación universitaria oficial de grado podrán presentar más de una solicitud acompañadas de la documentación correspondiente en distintas titulaciones, y realizarán tantas entrevistas como solicitudes hayan presentado.

3. Comisión evaluadora.

El candidato deberá realizar, tal y como indica el artículo 16.3 del RD. 412/2014, de 6 de junio, una entrevista. A tal fin se constituirá una Comisión Evaluadora en cada una de las sedes de la UNIR, compuesta por dos profesores o expertos que serán designados por el Rector, a propuesta del Decano o Director, preferentemente de entre los coordinadores de los distintos grados.

La actuación de la Comisión tendrá como finalidad determinar si el candidato acredita o no experiencia laboral o profesional en relación con la titulación a la que solicita acceder y, en su caso, evaluar dicha documentación.

4. Procedimiento

Para establecer esta valoración, las Comisiones Evaluadoras deberán tener en cuenta los siguientes criterios:

- Experiencia laboral y profesional en relación con la titulación oficial de grado respecto de la que se solicita la admisión.
- Adecuación de los conocimientos y competencias del candidato a los objetivos y las competencias del título, recogidos en la correspondiente memoria de grado.

Con esta finalidad, las Comisiones Evaluadoras dividirán su actuación en dos fases. Con el fin de establecer el orden de las solicitudes, las Comisiones Evaluadoras calificarán cada fase con una puntuación de 0 y 10, expresada con tres cifras decimales.

Fase de Valoración. Consistirá en la valoración de la documentación presentada por el candidato. Para la evaluación del currículum se considerará la afinidad de la experiencia laboral y profesional en el ámbito y actividad asociados a los estudios solicitados, el tiempo dedicado y el nivel de competencias adquirido. Dichos extremos deberán ser acreditados mediante certificados, contratos de trabajo e informes de vida laboral de las empresas u organismos correspondientes, que incluyan la categoría profesional así como el detalle de las actividades realizadas. La valoración se realizará teniendo en cuenta la tabla relacional que se incluye como Anexo II, entre las Familias Profesionales del Real Decreto 1128/2008, de 5 de septiembre, por el que se regula el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales y las Ramas de Conocimiento establecidas en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, derogado por el RD 822/2021, de 28 de septiembre.

No se valorará ningún extremo incluido en el currículum que no quede suficientemente acreditado. Los candidatos que obtengan un mínimo de 5 puntos sobre 10 en la primera fase, accederán a la segunda fase.

Fase de Entrevista Personal. Consistirá en la realización y valoración de una entrevista personal ante la comisión evaluadora, cuya duración no superará los 20 minutos, con el fin de valorar la adecuación de los conocimientos y las competencias del candidato a los objetivos y competencias del título. La calificación de los candidatos en esta segunda fase deberá ser igual o superior a 5 sobre 10, para que pueda hacer media con la primera fase.

Superación de ambas fases. Se considerará que el candidato ha superado el acceso por esta vía cuando supere ambas fases. La calificación final obtenida será la media aritmética de ambas fases. La publicación de la resolución con los resultados se comunicará personalmente a los interesados.

5. Reclamación

Los aspirantes al acceso podrán presentar reclamación ante el Rector sobre la resolución relativa a las calificaciones de la prueba en el plazo de tres días hábiles contados a partir del día siguiente a partir del día siguiente al de la recepción de la notificación de la superación o no de la prueba. El Rector, oída la comisión evaluadora, podrá proveer con una resolución negativa, o que se proceda a valorar nuevamente el currículum, o que se repita la entrevista, o que se realicen ambas cosas. Contra una eventual nueva calificación negativa no se admitirá una ulterior reclamación.

6. Admisión

Los candidatos que hayan obtenido acceso deberán solicitar la matrícula en la UNIR, en la titulación correspondiente, en el mismo curso académico.

ANEXO II.

Adscripción de las familias profesionales del Real Decreto 1128/2003, de 5 de septiembre, por el que se regula el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, a las ramas de conocimiento establecidas en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, derogado por el RD 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

FAMILIA PROFESIONAL

RAMAS DE CONOCIMIENTO



Actividades Físicas y Deportivas	Ciencias de la Salud Ciencias Sociales y Jurídicas
Administración y Gestión	Artes y Humanidades Ciencias Sociales y Jurídicas
Agraria	Ciencias Ciencias de la Salud Ingeniería y Arquitectura
Artes Gráficas	Artes y Humanidades Ciencias Sociales y Jurídicas Ingeniería y Arquitectura
Artes y Artesanías	Artes y Humanidades Ingeniería y Arquitectura
Comercio y Marketing	Artes y Humanidades Ingeniería y Arquitectura
Edificación y Obra Civil	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Electricidad y Electrónica	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Energía y Agua	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Fabricación Mecánica	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Hostelería y Turismo	Artes y Humanidades Ciencias Sociales y Jurídicas



Imagen Personal	Ciencias de la Salud Ciencias Sociales y Jurídicas
Imagen y Sonido / Comunicación, Imagen y Sonido	Artes y Humanidades Ciencias
	Ciencias Sociales y Jurídicas Ingeniería y Arquitectura
Industrias Alimentarias	Ciencias Ciencias de la Salud Ingeniería y Arquitectura
Industrias Extractivas	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Informática y Comunicaciones	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Instalación y Mantenimiento	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Madera, Mueble y Corcho	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Marítimo#Pesquera	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Química	Ciencias Ciencias de la Salud Ingeniería y Arquitectura
Sanidad	Ciencias Ciencias de la Salud



Seguridad y Medio Ambiente	Ciencias de la Salud Ciencias Sociales y Jurídicas
Servicios Socioculturales y a la Comunidad	Artes y Humanidades Ciencias de la Salud Ciencias Sociales y Jurídicas
Textil, Confección y Piel	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Transporte y Mantenimiento de Vehículos	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura
Vidrio y Cerámica	Ciencias / Ingeniería y Arquitectura

ANEXO III. PROCEDIMIENTO PARA EL ACCESO Y ADMISIÓN A LOS ESTUDIOS DE GRADO DE UNIR POR PARTE DE ESTUDIANTES PROCEDENTES DE SISTEMAS EDUCATIVOS EXTRANJEROS

La entrada en vigor de la Ley 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa modifica los requisitos de acceso y admisión a las enseñanzas oficiales de grado desde el título de Bachiller o equivalente establecido en el artículo 38 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

La introducción en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de las nuevas disposiciones adicionales trigésima tercera y trigésima sexta abrieron la posibilidad del acceso y admisión a la Universidad española a los titulados en Bachillerato Europeo, en Bachillerato Internacional, y de alumnos y alumnas en posesión de un título, diploma o estudio obtenido o realizado en el extranjero equivalente al título de Bachiller o Técnico Superior.

Según el calendario de implantación fijado por la disposición final sexta de la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa, y en el Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, por el que se establece la normativa básica de los procedimientos de admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado, estos nuevos procedimientos de acceso y admisión a la Universidad española entrarán en vigor en el curso 2014/15.

Por todo ello, en ejecución de lo dispuesto en la mencionada ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, de acuerdo con lo previsto en el Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, y teniendo en cuenta las instrucciones y notas informativas emanadas del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, se acuerda la aprobación del siguiente PROCEDIMIENTO PARA EL ACCESO Y ADMISIÓN A LOS ESTUDIOS DE GRADO DE LA UNIR POR PARTE DE ESTUDIANTES PROCEDENTES DE SISTEMAS EDUCATIVOS EXTRANJEROS.

1. Modalidades de Acceso.

Conforme al presente procedimiento, podrán acceder a la UNIR,

- 1. Estudiantes** que hayan obtenido un título, diploma o estudios equivalentes al título de **Bachillerato** del Sistema Educativo Español,
 - 1.1.** Procedentes de sistemas educativos de **Estados miembros** de la Unión Europea o los de otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad,
 - 1.1.1.** Cuando dichos estudiantes **cumplan los requisitos** académicos exigidos en sus sistemas educativos para acceder a sus Universidades.
 - 1.1.2.** Cuando dichos estudiantes **no cumplan los requisitos** académicos exigidos en sus sistemas educativos para acceder a sus Universidades.
 - 1.2.** Procedentes de sistemas educativos de **Estados que no sean miembros** de la Unión Europea con los que no se hayan suscrito acuerdos internacionales para el reconocimiento del título de Bachiller en régimen de reciprocidad.
- 2.** Estudiantes que hayan obtenido el Título de Bachillerato Europeo (según el Convenio del Estatuto de las Escuelas Europeas, Luxemburgo, 1994).
- 3.** Estudiantes que hayan obtenido el Diploma de Bachillerato Internacional, (expedido por la Organización del Bachillerato Internacional, Ginebra).
- 4.** Estudiantes que hayan obtenido un título, diploma o estudios equivalentes al Título de Técnico Superior de Formación Profesional, de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño, o de Técnico Deportivo Superior del Sistema Educativo Español.
- 5.** Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios diferentes de los equivalentes a los títulos de Bachiller, Técnico Superior de Formación Profesional, Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño, o de Técnico Deportivo Superior del Sistema Educativo Español, obtenidos o realizados en un Estado miembro de la Unión Europea (o en otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad), cuando los estudiantes cumplan los requisitos académicos exigidos en dicho Estado para acceder a sus Universidades.



6. Estudiantes que hayan cursado estudios universitarios parciales extranjeros o españoles, o que habiendo finalizado los estudios universitarios extranjeros no hayan obtenido su homologación en España.

7. Estudiantes en posesión de un título universitario oficial.

2. Requisitos de acceso.

Modalidad 1.1.1, 2 y 3. Estudiantes titulados en Bachillerato Europeo y en Bachillerato Internacional, así como los procedentes de sistemas educativos de Estados miembros de la Unión Europea o los de otros Estados con los que España haya suscrito Acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad, que cumplan los requisitos académicos exigidos en sus sistemas educativos para acceder a sus universidades.

Para poder acceder a la UNIR, estos estudiantes deberán obtener previamente la CREDENCIAL DE ACCESO que, según los criterios de la Orden EDU/1161/2010, de 4 de mayo, será expedida por la Universidad Nacional de Educación a Distancia -UNED-.

Modalidad 1.1.2, 4, 5 y 7. Estudiantes en posesión de los títulos oficiales de Técnico Superior de Formación Profesional, de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño, o de Técnico Deportivo Superior del Sistema Educativo Español, o en posesión de títulos, diplomas o estudios homologados o declarados equivalentes; Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios equivalentes al título de Bachiller del Sistema Educativo Español, procedentes de sistemas educativos de Estados miembros de la Unión Europea o los de otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad, cuando dichos estudiantes no cumplan los requisitos académicos exigidos en sus sistemas educativos para acceder a sus Universidades; Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios, obtenidos o realizados en sistemas educativos de Estados que no sean miembros de la Unión Europea con los que no se hayan suscrito acuerdos internacionales para el reconocimiento del título de Bachiller en régimen de reciprocidad, homologados o declarados equivalentes al título de Bachiller del Sistema Educativo Español; así como estudiantes en posesión de un título universitario oficial.

Para poder acceder a la UNIR, estos estudiantes deberán obtener previamente la HOMOLOGACIÓN de sus estudios al correspondiente título español.

No obstante, la UNIR, podrá admitir a estos estudiantes, con carácter condicional, en tanto se resuelve el procedimiento de homologación, siempre que acrediten haber presentado la correspondiente solicitud de la homologación ante el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, y se acepten plenamente las condiciones y el procedimiento que se establece en el apartado 4 siguiente.

Modalidad 6. Estudiantes que hayan cursado estudios universitarios parciales extranjeros o españoles, o que habiendo finalizado los estudios universitarios extranjeros no hayan obtenido su homologación en España.

Para poder acceder a la UNIR, será requisito indispensable que hayan obtenido previamente el RECONOCIMIENTO de, al menos, 30 créditos.

3. Criterios de Admisión.

En aquellos supuestos en los que el número de solicitudes sea superior al de plazas ofertadas por la UNIR para una determinada titulación, el criterio de admisión será el siguiente:

Modalidades 1.1.1, 2 y 3. La calificación global del Bachillerato que conste en la credencial expedida por la UNED.

Modalidades 1.1.2, 4, 5 y 7. En caso de que no esté prevista la expedición de la credencial mencionada en el apartado anterior, se tendrá en cuenta la calificación global obtenida por el estudiante en sus estudios, previa transposición al sistema de calificaciones español en base 10, con aprobado en 5.0 puntos.

4. Admisión condicionada.

El acceso a la UNIR por estudiante que se encuentren en alguna de las modalidades a.1.1.2, 4, 5 y 7, previstas en el apartado 1, requerirá la previa homologación del título correspondiente.

No obstante, la UNIR, de conformidad con lo previsto en el artículo 4 del Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, podrá admitir a estos estudiantes, con carácter condicional, en tanto se resuelve el procedimiento de homologación, para lo cual deberán seguirse las siguientes prescripciones:

- Los estudiantes deberán acreditar haber iniciado el procedimiento de Homologación ante el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, mediante la presentación del "Volante para la inscripción condicional en centros docentes o en exámenes oficiales", sellado por la Unidad de Registro donde se haya presentado la solicitud.
- La solicitud de admisión condicionada en UNIR se realizará mediante la cumplimentación de un formulario específico en el que se informará al estudiante expresamente de los efectos jurídicos de la admisión condicionada:

"El solicitante declara conocer y acepta expresamente que, en el supuesto de que sobre el expediente de Homologación de su título recayera una resolución desfavorable, quedaría sin efectos la matrícula condicionalmente realizada, y se anularían todos los actos subsiguientes a la misma, y en especial los resultados de los exámenes que, eventualmente, pudieran haberse realizado."

La inscripción condicionada se realizará bajo la personal responsabilidad del solicitante y su no confirmación posterior, consecuencia de una resolución de homologación desfavorable, no dará lugar a la devolución del importe de matrícula ni otros gastos que eventualmente haya debido realizar para llevarla a cabo."

- La formalización de la solicitud de admisión condicionada supondrá la plena aceptación y sin reservas por el solicitante de las condiciones anteriormente mencionadas.
- La matrícula condicionada que describe este apartado tendrá efectos durante un curso académico. Excepcionalmente podrá admitirse matrícula condicionada en un curso posterior, sólo en el supuesto de que se verifique y/o acredite que el expediente de homologación está pendiente de resolución.

ANEXO IV

REQUISITOS DOCUMENTALES DE ACCESO Y ADMISIÓN



A los candidatos al acceso a estudios oficiales en Universidad Internacional de La Rioja ¿ UNIR, durante el proceso de admisión se le informará de la documentación requerida para poder matricularse. Y en el momento de matriculación se les solicitará la siguiente documentación:

a) Para acceso a grado deben presentar alguno de los siguientes documentos:

- # Certificado de superación de la Evaluación de Bachillerato para el Acceso a la Universidad (EBAU) o pruebas de acceso a la universidad de ordenaciones del Sistema Educativo Español anteriores.
- # Certificado de haber superado el bachillerato en el curso académico 2015/2016 o siendo repetidor total o parcialmente en el curso 2016/2017.
- # Credencial de homologación al título de bachillerato español.
- # Certificado de acceso a estudios universitarios de sistemas educativos de Estados miembros de la Unión Europea o los de otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad.
- # Certificado de Título de Técnico Superior en Formación Profesional o equivalente.
- # Certificado de superación de la Prueba de Acceso a la Universidad para mayores de 25.
- # Certificado de superación de la Prueba de Acceso a la Universidad por Experiencia Profesional para mayores de 40.
- # Certificado de superación de la Prueba de Acceso a la Universidad para mayores de 45.
- # Certificado de estar en posesión de un título universitario oficial de Grado, Máster o título equivalente.
- # Certificado de notas de estudios universitarios españoles parciales, siempre que de los mismos esta institución le haya reconocido al menos 30 créditos ECTS.
- # Certificado de notas de estudios universitarios extranjeros, siempre que de los mismos esta institución le haya reconocido al menos 30 créditos ECTS.
- # Certificado de estar en posesión de un título que permitiera acceder a la universidad según ordenaciones del Sistema Educativo Español anteriores a la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre.

Y, además, deberán presentar:

- # Documento de identidad válido.
- # Otros certificados que acrediten cumplir el perfil de admisión o de conocimientos de idiomas establecido en la memoria del grado, en caso de que esta lo solicite.

b) Para acceso a master deben presentar alguna de los siguientes documentos:

- # Certificado de estar en posesión de un título universitario oficial español.
- # Certificado de estar en posesión de un título expedido por una institución de educación superior perteneciente a otro Estado integrante del Espacio Europeo de Educación Superior que faculte en el mismo para el acceso a enseñanzas de Máster.
- # Certificado de estar en posesión de un título emitido conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado.
- # Certificado de notas de título oficial de nivel grado en el que consten las asignaturas superadas y las pendientes de superar.

Y, además deberá aportar:

- # Documento de identidad válido.
- # Otros certificados que acrediten cumplir el perfil de admisión o conocimientos de idiomas establecido en la memoria del máster, en caso de que esta lo solicite.

La universidad podrá exigir documentación adicional cuando sea necesario para verificar que la vía de acceso se ajusta a la legislación vigente en España.

En todo caso, deberá presentarse el documento original o una copia autenticada de los documentos de acceso y admisión. En el caso de documentos expedidos en Estados no miembros de la Unión Europea, los documentos deberán estar legalizados y, si están en un idioma distinto al español, inglés, portugués, francés o italiano, deberá aportarse, asimismo, la traducción jurada oficial de esos documentos.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

4.3. Apoyo a estudiantes

El Departamento de Educación en Internet es el encargado de garantizar el seguimiento y orientación de los estudiantes. Sus funciones se materializan en dos tipos de procedimientos referidos a:

1. Seguimiento y comprobación de la calidad de la orientación de los estudiantes a través del **Curso de introducción al campus virtual** que realizan la primera semana en cualquier titulación: incluye orientación relativa a la metodología docente de UNIR, papel de los tutores personales, modos de comunicación con el profesorado y con las autoridades académicas y, especialmente, el uso de las herramientas del aula virtual.



2. Seguimiento y comprobación de la calidad de la orientación de los estudiantes a través del **plan de acción tutorial personalizado**, que pretende garantizar la calidad de la orientación de los estudiantes a lo largo de todo el proceso formativo.

4.3.1. Primer contacto con el campus virtual

Cuando los estudiantes se enfrentan por primera vez a una herramienta como es una plataforma de formación en Internet pueden surgir muchas dudas de funcionamiento.

Este problema se soluciona en UNIR mediante un periodo de adaptación previo al comienzo del curso denominado «curso de introducción al campus virtual», en el que el estudiante dispone de un aula de información general que le permite familiarizarse con el campus virtual.

En esta aula se explica mediante vídeos y textos el concepto de UNIR como universidad en Internet. Incluye la metodología empleada, orientación para el estudio y la planificación del trabajo personal y sistemas de evaluación. El estudiante tiene un primer contacto con el uso de foros y envío de tareas a través del aula virtual.

Durante esta semana, el Departamento de Educación en Internet se encarga de:

1. **Revisión diaria de la actividad de los estudiantes en el campus virtual** a través de: correos electrónicos, llamadas de teléfono y del propio desarrollo de las actividades formativas. Los tutores personales realizan esta comprobación y si detectan alguna dificultad se ponen en contacto con el estudiante y le recomiendan que vuelva a los puntos que presentan mayor debilidad. Si persisten, el tutor personal resuelve de manera personal. Si aún persisten se pondrá en conocimiento de la dirección académica. Dicha incidencia será tomada en cuenta y tendrá un seguimiento especial durante los siguientes meses de formación.
2. **Test al finalizar el curso de introducción al campus virtual.** Los tutores personales evalúan los resultados y en el caso de detectar alguna dificultad se ponen en contacto con el estudiante.

4.3.2. Seguimiento diario del alumnado

UNIR aplica un Plan de Acción Tutorial, que consiste en el acompañamiento y seguimiento del alumnado a lo largo del proceso educativo. Con ello se pretende lograr los siguientes objetivos:

- Favorecer la educación integral de los estudiantes.
- Potenciar una educación lo más personalizada posible y que tenga en cuenta las necesidades de cada estudiante y recurrir a los apoyos o actividades adecuadas.
- Promover el esfuerzo individual y el trabajo en equipo.

Para llevar a cabo el plan de acción tutorial, UNIR cuenta con un grupo de tutores personales. **Es personal no docente** que tiene como función la guía y asesoramiento del estudiante durante el curso. Todos ellos están en posesión de títulos superiores. Se trata de un sistema muy bien valorado por el alumnado, como se deduce de los resultados de las encuestas realizadas a los estudiantes.

A cada tutor personal se le asigna un grupo de estudiantes para que realice su seguimiento. Para ello cuenta con la siguiente información:

- El acceso de cada usuario a los contenidos teóricos del curso además del tiempo de acceso.
- La utilización de las herramientas de comunicación del campus (foros, grupos de discusión, etc.).
- Los resultados de los test y actividades enviadas a través del campus.

Estos datos le permiten conocer el nivel de participación de cada estudiante para ofrecer la orientación adecuada.

4.3.3. Proceso para evitar abandonos

Dentro de las actuaciones del SOA (Servicio de Orientación Académica), las herramientas de organización y planificación, así como las metodologías de estudio que se les aporta a los estudiantes atendidos en este departamento, conducen a reducir posibles abandonos de los estudios. Por un lado, se mejora el aprendizaje y, por otro, se ayuda a los estudiantes a valorar su disponibilidad de tiempo, de tal manera que la matriculación en el siguiente periodo se adapte verdaderamente a la carga lectiva que puedan afrontar.

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	9

Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

De acuerdo con lo establecido en el art. 6.2 del Real Decreto 1393/2007, **derogado y sustituido por el RD 822/2021, de 28 de septiembre,**



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, **derogado y sustituido por el RD 822/2021, de 28 de septiembre**, 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.
- Solo 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, **derogado y sustituido por el RD 822/2021, de 28 de septiembre** 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.

En base a lo anterior y teniendo en cuenta que la experiencia laboral y profesional aportada por el estudiante debe proporcionar las mismas competencias que se adquieren con las asignaturas reconocidas, podrán ser objeto de reconocimiento por experiencia profesional y laboral, entre otras, las siguientes:

- Sistema de Inteligencia de Marketing: Datos y Tecnología (6 ECTS).
- Fundamentos Tecnológicos para el Tratamiento de los Datos (6 ECTS).
- Prácticas **Académicas** Externas (6 ECTS).

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. Asimismo, teniendo en cuenta la diversidad de experiencias profesionales que los estudiantes pueden aportar, se podrán realizar otros reconocimientos siempre que, siguiendo las directrices del Real Decreto 1393/2007, **derogado y sustituido por el RD 822/2021, de 28 de septiembre**, dichos reconocimientos estén justificado en términos de competencias.

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 las asignaturas mencionadas será el que se describe en la siguiente tabla:

Materia	Asignatura (ECTS)	Competencias Específicas	Justificación
---------	-------------------	--------------------------	---------------



Marketing Basado en Datos	Sistema de Inteligencia de Marketing: Datos y Tecnología (6 ECTS)	CE2	<u>Tipo de entidad</u> : consultora por proyectos o gran empresa. <u>Duración</u> : periodo mínimo de 360 horas. <u>Tareas desempeñadas</u> : analista en proyectos de marketing en los que se aplique tecnología de la información.
Marketing Basado en Datos	Fundamentos Tecnológicos para el Tratamiento de los Datos (6 ECTS)	CE3, CE4	<u>Tipo de entidad</u> : consultora por proyectos o gran empresa. <u>Duración</u> : periodo mínimo de 360 horas. <u>Tareas desempeñadas</u> : analista en proyectos que hayan requerido la extracción de información de distintas bases de datos modernas.
Prácticas Académicas Externas	Prácticas Académicas Externas (6 ECTS)	CE2, CE5, CE7, CE8, CE10, CE11, CE13	<u>Tipo de entidad</u> : departamentos que apliquen soluciones de inteligencia en marketing en consultoras por proyectos, organizaciones o empresas. <u>Duración</u> : periodo mínimo de 360 horas. <u>Tareas desempeñadas</u> : el estudiante debe haber realizado alguna de las siguientes tareas: aplicación de inteligencia de marketing en distintas labores tanto en empresas privadas de cualquier sector como públicas. Aportación en tareas de definición, elaboración o implantación de soluciones de inteligencia en marketing. Por ejemplo, análisis descriptivo del comportamiento de la demanda de determinados productos expandidos en máquinas expendedoras, captado por sensores; elaboración de una estrategia de introducción de productos basándose en un análisis descriptivo generado por un gran volumen de datos; diseño de modelos predictivos de demanda; desarrollo de <i>marketing mix modeling</i> multicanal, o similares.

NORMATIVA DE RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA.

PREÁMBULO

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, que ha sido derogado por el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, recoge ya en su preámbulo que "uno de los objetivos fundamentales de esta organización de las enseñanzas es fomentar la movilidad de los estudiantes, tanto dentro de Europa, como con otras partes del mundo, y sobre todo la movilidad entre las distintas universidades españolas y dentro de una misma universidad. En este contexto resulta imprescindible apostar por un sistema de reconocimiento y acumulación de créditos, en el que los créditos cursados en otra universidad serán reconocidos e incorporados al expediente del estudiante".

Con tal motivo, el RD en su artículo sexto "Reconocimiento y transferencia de créditos" establece que "las universidades elaborarán y harán pública su normativa sobre el sistema de reconocimiento y transferencia de créditos". Dicho artículo establece unas definiciones para el reconocimiento y para la transferencia que modifican sustancialmente los conceptos que hasta ahora se venían empleando para los casos en los que unos estudios parciales eran incorporados a los expedientes de los estudiantes que cambiaban de estudios, de plan de estudios o de universidad (mediante las figuras de la convalidación y la adaptación).

La Universidad Internacional de La Rioja comparte entre sus principios fundamentales la necesidad de intercambio y movilidad del estudiante como parte del enriquecimiento personal y la excelencia profesional en el entorno del Espacio Europeo de Educación Superior.

Las modificaciones incorporadas por el Real Decreto 861/2010 amplían y regulan con mayor detalle el marco en el que pueden realizarse los reconocimientos de créditos por experiencia profesional o laboral, Títulos Propios Universitarios y otras Enseñanzas Superiores no universitarias. Finalmente el Real Decreto 1618/2011, de 14 de noviembre fija las reglas que favorecen el reconocimiento entre los títulos universitarios de graduado, los títulos de gradua-



do en enseñanzas artísticas, los títulos de técnico superior en artes plásticas y diseño, los títulos de técnico superior de formación profesional, y los títulos de técnico deportivo superior, tratando para ello de establecer, como indica en su exposición de motivos, "las «pasarelas» entre titulaciones directamente relacionadas".

Con fecha 29 de abril de 2021 el Consejo Directivo ha aprobado la modificación de estas normas.

CAPÍTULO I. OBJETO, ÁMBITO, RESPONSABLES Y PROCEDIMIENTO

Artículo 1. Objeto y ámbito de aplicación

La finalidad de esta normativa es regular los procedimientos de reconocimiento y transferencia de créditos que se han de aplicar en las titulaciones de Grado, Máster y Doctorado de la Universidad Internacional de La Rioja que forman parte de su oferta educativa dentro del Espacio Europeo de Educación Superior, desarrolladas al amparo del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, que ha sido derogado por el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre.

Artículo 2. Definiciones

Se denominará titulación de origen aquélla en la que se han superado los créditos objeto de reconocimiento o transferencia. Se denominará titulación de destino aquella para la que se solicita el reconocimiento o la transferencia de los créditos.

Se entenderá por reconocimiento la aceptación por parte de la Universidad Internacional de La Rioja de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales, en la misma u otra universidad, son computados en otras enseñanzas distintas cursadas en nuestra universidad a efectos de la obtención de un título oficial. Así mismo, podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en otras enseñanzas superiores oficiales o en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos, a los que se refiere el artículo 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.

La experiencia laboral y profesional acreditada podrá ser también 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.

Se entenderá por transferencia la consignación, en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, de todos los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la Universidad Internacional de La Rioja o en otras universidades del EEES, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

Se denominará Resolución de Reconocimiento y Transferencia al documento en el cual la autoridad académica correspondiente refleja el acuerdo de reconocimiento y transferencia de los créditos objeto de solicitud. En ella, deberán constar: los créditos reconocidos y transferidos y, en su caso, las asignaturas o materias que deberán ser cursadas y las que no, por considerar adquiridas las competencias de esas asignaturas en los créditos reconocidos. Corresponderá a la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de la Universidad Internacional de La Rioja, la aprobación del modelo de dicha resolución.

Artículo 3. Órganos y unidades responsables

1. Rector. Es el responsable de dictar resolución de reconocimiento y transferencia y resolver los recursos que pudieran plantearse. Dicha competencia podrá delegarla por escrito en los Decanos o Directores de Centros.

2. Comisión de Reconocimiento y Transferencia de la Universidad. Estará formada por los siguientes miembros:

- El Secretario General que actuará como presidente por Delegación del Rector.
- El Decano de cada Facultad que podrá delegar en el Vicedecano o Vicedecanos cuando así lo estime procedente.
- El Director del Departamento de Calidad, o persona en quien delegue.
- El Jefe de Área de Reconocimientos y Transferencia de Créditos que actuará como Secretario de la Comisión.

Serán funciones de la Comisión las siguientes:

a) Autorizar las propuestas de reconocimiento y transferencia de créditos solicitadas por los alumnos e informadas por el Coordinador Académico de la titulación, de acuerdo con el procedimiento establecido en el artículo 4.



b) Mantener actualizado un catálogo de todas las materias y actividades cuyo reconocimiento haya sido informado o autorizado previamente. Para las materias y actividades incorporadas en dicho catálogo procederá, directamente, la resolución del Rector, sin que sea necesaria la emisión de nuevo informe del Coordinador Académico del título.

c) Informar las reclamaciones que se planteen ante el Rector contra Resoluciones de Reconocimiento y Transferencia.

d) Aclarar e interpretar las prescripciones establecidas en la presente normativa y dictar las resoluciones que procedan de homogeneización y estandarización de criterios.

3. Coordinador Académico de Titulación. Será el encargado de informar las peticiones de reconocimiento y transferencia de los alumnos de acuerdo con lo establecido en la presente normativa y las directrices que dicte la Comisión de Reconocimiento y Transferencia.

4. Unidad de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de la Universidad. Es el equipo técnico administrativo encargado de dar soporte a la Comisión de Reconocimientos, al Coordinador del Título y al Rector en el proceso de Autorización del Reconocimiento.

Artículo 4. Procedimiento y Plazos

El reconocimiento de créditos previo a la matrícula podrá ser solicitado hasta 10 días antes de la formalización de la matrícula. Las solicitudes acompañarán la documentación necesaria para proceder al reconocimiento: Copia de

Certificación Académica y, en el caso de ser requeridos, los programas de las materias o asignaturas, así como cualquier documentación justificativa de la experiencia profesional acreditada, y títulos propios universitarios. El procedimiento podrá iniciarse por vía telemática, para lo que el estudiante aportará copia escaneada de los documentos indicados. Solo en el caso de que prosperase la solicitud de reconocimiento será necesario aportar los originales de dichos documentos o copia compulsada de los mismos.

Una vez recibidas las solicitudes, la Unidad de Reconocimientos remitirá al Coordinador Académico las propuestas de reconocimientos que no estén incluidas en el catálogo a que se refiere el artículo 3.1.b anterior. El coordinador académico dispondrá de un plazo de 3 días hábiles para emitir informe. Este informe no tendrá carácter vinculante.

De no emitirse el informe en el plazo señalado, se proseguirá con las actuaciones. El informe emitido fuera de plazo no habrá de ser tenido en cuenta al dictar resolución.

La Comisión de Reconocimiento y de Transferencia autorizará los reconocimientos que procedan elaborando la propuesta de Resolución. Con carácter previo a la Propuesta definitiva de resolución se pondrá en conocimiento del estudiante la propuesta de reconocimiento (Estudio Previo de Reconocimiento), a fin de que pueda formular las alegaciones que estime oportunas. En tal caso, el Coordinador y la Comisión de Reconocimientos las estudiarán y realizarán, en su caso, una nueva propuesta de resolución.

No podrá dictarse resolución por el Rector hasta tanto no conste en el expediente la documentación original o compulsada acreditativa de las competencias y conocimientos alegados previamente. La eficacia de la resolución del Rector quedará supeditada al abono por el alumno de la tasa de reconocimiento que corresponda.

El plazo máximo para resolver y notificar las resoluciones será de tres meses a partir del día siguiente al de entrada de la solicitud en la Universidad Internacional de La Rioja. El vencimiento del plazo máximo sin haberse notificado resolución expresa legitima al interesado o interesados que hubieran deducido la solicitud para entenderla desestimada por silencio administrativo.

CAPÍTULO II. RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS

Artículo 5.- Reconocimiento de Créditos. Disposiciones generales

Los créditos, en forma de unidad evaluada y certificable, pasarán a consignarse en el expediente del estudiante con expresión de la tipología de origen y destino de la materia y la calificación de origen, con indicación de la universidad en la que se superaron.

El formato y la información que se han de incluir en las certificaciones académicas oficiales y personales serán los que se determinen por la Comisión de Reconocimiento y Transferencia.

En todo caso no podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a los trabajos de fin de grado o máster.



De acuerdo con lo establecido en el artículo 3.1.b anterior, la Universidad podrá establecer, directamente o previa suscripción de convenios de colaboración, tablas de equivalencia, para posibilitar el reconocimiento parcial de estudios nacionales o extranjeros, a fin de facilitar la movilidad de estudiantes y la organización de programas interuniversitarios, todo ello de conformidad con lo establecido en el R.D. 1393/2007, que ha sido derogado por el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre. Estas tablas deberán aprobarse con carácter previo por la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos.

En la Resolución de Reconocimiento y Transferencia se deberá indicar el tipo de créditos reconocidos, así como las asignaturas que el estudiante no deberá cursar por considerar adquiridas las competencias correspondientes a los créditos reconocidos.

Salvo la garantía dispuesta en el artículo siguiente para el reconocimiento de créditos básicos, el reconocimiento se realizará teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos adquiridos, bien en otras materias o enseñanzas superadas por el estudiante o bien asociados a una previa experiencia profesional y los previstos en el plan de estudios o que tengan carácter transversal. En todo caso, deberá garantizarse una adecuación entre competencias, contenidos y carga lectiva de un mínimo del 75% para que el reconocimiento pueda autorizarse.

Cuando el estudiante solicite reconocimiento aportando una certificación académica en donde consten asignaturas superadas por reconocimiento/convalidación/adaptación en otra universidad, y el estudiante solicite, además, reconocimiento por otras actividades susceptibles de reconocimiento (otros estudios universitarios, experiencia profesional, estudios superiores no universitarios, títulos propios, actividades de extensión universitaria), será necesario aportar el expediente académico de origen de las asignaturas inicialmente adaptadas, si estas han sido cursadas con anterioridad a la fecha en que se realice la adaptación.

Como excepción a lo previsto en el párrafo anterior, se podrá admitir un reconocimiento con una adecuación de la carga lectiva de un mínimo del 60% (la adecuación de competencias deberá ser, en todo caso, de un mínimo del 75%), cuando se de alguno de estos supuestos:

- a) Que se trate de una adaptación de un plan de estudios anterior de la misma titulación.
- b) Que el reconocimiento se realice en el marco de un convenio de doble titulación o de título conjunto.

En el caso de reconocimiento de créditos entre estudios correspondientes a enseñanzas diferentes, serán de aplicación específicamente los límites al reconocimiento que figuran en el artículo 6 del Real Decreto 1618/2011, de 14 de noviembre.

Artículo 6. Reconocimiento de créditos de formación básica

En consonancia con lo dispuesto en el Real Decreto 1393/2007, que ha sido derogado por el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento al menos el 15 por ciento de los créditos correspondientes a materias de formación básica de dicha rama.

Artículo 7. Reconocimiento de créditos de materias obligatorias, optativas y prácticas externas de grado

En el caso de los créditos en materias obligatorias, optativas y de prácticas externas, se tendrá en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos aportados por el estudiante y los previstos en el plan de estudios de destino.

Se aplicará a los créditos reconocidos la calificación de origen que corresponda. Cuando ello sea necesario, se especificará la calificación media ponderada de los créditos reconocidos, de acuerdo con la Normativa sobre Calificaciones y Media de Expediente de la Universidad Internacional de La Rioja.

Excepcionalmente, se podrán reconocer como créditos optativos en la titulación de destino, los superados por el estudiante en la titulación de origen, aun cuando no tengan equivalencia en materias concretas, cuando, atendiendo a su carácter transversal, su contenido se considere adecuado a los objetivos y competencias del título.

Si el alumno acredita, mediante certificación fehaciente expedida por la Escuela Oficial de Idiomas o por otro Centro Superior o Universidad de reconocido prestigio, el conocimiento de uno o más idiomas, dentro del Marco Europeo de Referencia para las Lenguas, de manera que resulte patente que posee las competencias y conocimiento asociados a una determinada materia de aprendizaje lingüístico, podrá ser autorizado a que, si lo solicita, le sean reconocidos los créditos correspondientes a dicha materia, con la calificación de Apto. En este supuesto, la asignatura reconocida no computará en el cálculo de la nota media del expediente.

Artículo 8. Transferencia de créditos



Los créditos superados por el estudiante en enseñanzas universitarias oficiales que no hayan conducido a la obtención de un título oficial y que no hayan sido objeto de reconocimiento, podrán consignarse en el expediente del estudiante. La solicitud de transferencia requerirá previamente el traslado de expediente y el abono de la tasa correspondiente.

En las certificaciones académicas, los créditos transferidos aparecerán claramente diferenciados de aquellos créditos que conducen a la obtención del título de grado o máster.

CAPÍTULO III. RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS. ESPECIFICIDADES

Artículo 9. Reconocimiento de experiencia laboral y profesional y de enseñanzas universitarias no oficiales

9. 1. Reconocimiento de experiencia laboral y profesional

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.

El expediente documental será conformado por el solicitante e 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.

Cuando el expediente documental no se evidencie claramente que el solicitante haya adquirido las competencias alegadas, se procederá a la evaluación de competencias del candidato por parte del Coordinador Académico del Título. Podrá evaluarse mediante entrevista profesional, simulaciones, pruebas o informes estandarizados de competencia u otros métodos afines.

Cuando de la evaluación se desprenda que el solicitante tiene las competencias y conocimientos asociados a una determinada materia, podrá autorizarse el reconocimiento de los créditos correspondientes a ella.

Cuando la experiencia acreditada aporte competencias y conocimientos inherentes al título, pero que no coincidan con los de ninguna materia en particular, podrán reconocerse, atendiendo a su carácter transversal, en forma de créditos optativos.

El reconocimiento de estos créditos se calificará como APTO y no computarán a efectos de baremación del expediente.

9. 2. Reconocimiento de enseñanzas universitarias no oficiales

Podrán reconocerse créditos por enseñanzas universitarias no oficiales siempre que hayan sido impartidas por una Universidad legalmente reconocida y el diploma o título correspondiente advere la realización de la evaluación del aprendizaje.

El reconocimiento de estos créditos se calificará como APTO y no computarán a efectos de baremación del expediente.

El número de créditos que sean objeto de reconocimiento a partir de experiencia profesional o laboral y de enseñanzas universitarias no oficiales no podrá ser superior, en su conjunto, al 15 por ciento del total de créditos que constituyen el plan de estudios, salvo en el caso previsto en el artículo 6.4. del Real Decreto 1393/2007, que ha sido derogado por el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre.

Artículo 10. Reconocimiento de estudios de enseñanzas superiores oficiales no universitarias

El reconocimiento de créditos por estudios superiores no universitarios se regulará por lo dispuesto en el R.D. 1618/2011, de 14 de noviembre, sobre reconocimiento de estudios en el ámbito de la Educación Superior, así como por los acuerdos que en su caso se suscriban con la Administración Educativa correspondiente y por lo dispuesto en la presente normativa.

Artículo 11. Reconocimiento de estudios completados de un plan de estudios desarrollado según regulaciones anteriores



En el caso de titulados de planes antiguos y siempre que ambas titulaciones pertenezcan a la misma rama de conocimiento, si la titulación de destino es un grado, se reconocerán un mínimo del 15% de los créditos de la titulación de destino, por considerar que el título obtenido le aporta las competencias básicas de la rama.

No obstante lo previsto en el apartado anterior, cuando la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos considere que, por disparidad metodológica o material de las enseñanzas ya cursadas, no se han adquirido suficientemente los contenidos y competencias básicas del título de destino, podrá restringir el alcance del reconocimiento, a fin de garantizar que el estudiante pueda incorporarse adecuadamente a las enseñanzas del título de destino.

Respecto del resto de créditos se podrá realizar un reconocimiento asignatura por asignatura, de acuerdo con lo previsto en el artículo 7 anterior.

Artículo 12. Reconocimiento de estudios parciales de un plan de estudios desarrollado según regulaciones anteriores

Podrá realizarse el reconocimiento teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos adquiridos de acuerdo con lo previsto en el artículo 7 anterior.

A efectos de lo dispuesto en el artículo 11 y en el párrafo anterior de este artículo, respecto del reconocimiento de créditos, se entenderá que la carga lectiva de un crédito de anteriores sistemas educativos equivale a un crédito ECTS.

Artículo 13. Reconocimiento de estudios parciales oficiales extranjeros

En el caso de estudios universitarios oficiales extranjeros, podrá realizarse el reconocimiento teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos adquiridos de acuerdo con lo previsto en el artículo 7 anterior.

En el supuesto de Títulos Propios Universitarios extranjeros, se atenderá a lo dispuesto en el artículo 9.

En el supuesto de Títulos Extranjeros de Enseñanza Superior no Universitaria, podrán ser objeto de reconocimiento, de acuerdo con el artículo 10 anterior, condicionado a la obtención de la homologación del título al correspondiente título español de Enseñanza Superior no Universitaria.

Artículo 14. Reconocimiento de créditos por la participación en actividades culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación

Conforme a lo que establece el artículo 46.2.i.) de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades y el artículo 12.8, del Real Decreto 1393/2007, que ha sido derogado por el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, "los estudiantes podrán obtener reconocimiento académico en créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación". Este reconocimiento se llevará a cabo de acuerdo con los siguientes criterios:

- a) Será aplicable en los títulos de grado. El número máximo de créditos que podrá ser objeto de reconocimiento será el que establezca en la memoria del título. El Plan de Estudios habrá sido configurado de modo que, al menos, sean susceptibles de reconocimiento, 6 créditos sobre el total de dicho plan.
- b) La actividad objeto de reconocimiento deberá haber sido desarrollada durante el período de estudios universitarios (período comprendido entre el acceso a la Universidad Internacional de La Rioja y la obtención del título), salvo que se trate habilidades lingüísticas acreditadas, en cuyo caso se podrán admitir certificados oficiales expedidos al estudiante antes de comenzar sus estudios en UNIR.
- c) Las actividades específicas por las que puede ser solicitado el reconocimiento habrán de haber sido aprobadas por la Comisión de Reconocimiento y Transferencia.
- d) Los créditos reconocidos serán incorporados al expediente del estudiante como "reconocimiento de créditos por participación en actividades universitarias" añadiendo, en su caso, el nombre de la actividad, con la calificación de Apto y no se tendrá en cuenta en la media del expediente académico, salvo que una norma estatal estableciera lo contrario, y eximirán de la realización de los créditos que correspondan.

Disposición Final. Entrada en vigor

Los cambios entrarán en vigor el 7 de mayo de 2021.



Complemento de Formación 1: Fundamentos de Álgebra, Matrices y Determinantes	
Créditos ECTS:	3 6
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
Al finalizar este complemento, el estudiante deberá ser capaz de:	
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las nociones fundamentales del álgebra. • Realizar definiciones de matrices. • Realizar cálculos esenciales con matrices. • Calcular determinantes. • Calcular límites de funciones. • Calcular derivadas. 	
CONTENIDOS	
<p>Tema 1: Fundamentos del Álgebra lineal. Sistemas de ecuaciones lineales 1.1. Introducción y objetivos 1.2. Nociones de matemáticas básicas 1.3. Álgebra lineal 1.4. Sistemas de ecuaciones lineales</p> <p>Tema 2: Matrices 2.1. Introducción y objetivos 2.2. Concepto 2.3. Tipos de matrices 2.4. Operaciones con matrices 2.5. Representación matricial de sistemas de ecuaciones lineales</p> <p>Tema 3: Determinantes 3.1. Introducción y objetivos 3.2. Concepto 3.3. Cálculo de determinantes 3.4. Matriz inversa 3.5. Resolución de sistemas de ecuaciones</p> <p>Tema 4. Funciones reales</p> <p>4.1. Introducción</p> <p>4.2. Límites de funciones reales</p> <p>4.3. Continuidad de funciones reales</p> <p>4.4. Análisis de funciones reales</p> <p>Tema 5. Cálculo diferencial de funciones</p> <p>5.1. Conceptos previos</p> <p>5.2. Derivada en un punto</p> <p>5.3. Función derivada en un intervalo</p>	
Complemento de Formación 2: Análisis de Datos Univariantes, Bivariantes y Series Temporales	
Créditos ECTS:	3 6
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	
Al finalizar este complemento, el estudiante deberá ser capaz de:	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar análisis univariante. • Realizar análisis de datos y representaciones bivariantes. 	



- Analizar series temporales.
- Calcular números índices y deflactar series temporales.
- **Hacer cálculos de probabilidades.**
- **Calcular funciones de probabilidad.**
- **Hacer cálculos de inferencia estadística**

CONTENIDOS

Tema 1. Análisis de datos univariantes 1.1. Introducción y objetivos. 1.2. Medidas descriptivas de los datos. 1.3. Medidas de centralización. 1.4. Medidas de dispersión. 1.5. Medidas de forma o de posición. 1.6. El diagrama de caja y la identificación de valores atípicos. 1.7. Transformaciones de una variable. 1.8. Aplicación de las TIC. **Tema 2. Análisis de datos bivariantes** 2.1. Introducción y objetivos. 2.2. Tabulación de dos variables. 2.3. Información en tablas de contingencia. 2.4. Representaciones gráficas. 2.5. Relación lineal entre variables cuantitativas. 2.6. Aplicación de las TIC. **Tema 3. Series temporales y números índice** 3.1. Introducción y objetivos. 3.2. Las series temporales. 3.4. Números índice. 3.5. Índices simples. 3.6. Índices compuestos no ponderados. 3.7. Índices compuestos ponderados de precios. 3.8. Enlace y cambios de base. 3.9. El IPC y las series temporales deflactadas.

Tema 4. Probabilidad

4.1. Introducción a la probabilidad

4.2. Repaso a la teoría de conjuntos

4.3. Cálculo de probabilidad

Tema 5. Variables aleatorias y modelos probabilísticos

5.1. Variable aleatoria

5.2. Probabilidad inducida por una variable aleatoria

5.3. Funciones de probabilidad

5.4. Modelos probabilísticos discretos

5.5. Modelos probabilísticos continuos

Tema 6. Introducción a la inferencia estadística

6.1. Inferencia estadística

6.2. Distribución en el muestreo de la media muestral

6.3. Distribución en el muestreo de la varianza muestral

6.4. Otros modelos probabilísticos

Complemento de Formación 3: Estimadores Puntuales, Intervalos de Confianza y Contrastes de Hipótesis

Créditos ECTS:

3
6

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar este complemento, el estudiante deberá ser capaz de:

- Calcular estimadores puntuales.
- Realizar intervalos sobre esos estimadores puntuales.
- Contrastar hipótesis sobre los estimadores puntuales.
- **Hacer un análisis de regresión simple.**
- **Analizar las propiedades de los estimadores de una regresión simple.**
- **Incluir variables cualitativas en un análisis de regresión.**



CONTENIDOS	
<p>Tema 1: Métodos de inferencia estadística: Los estimadores puntuales 1.1. Introducción y objetivos 1.2. Inferencia estadística: algunos conceptos previos 1.3. Los estimadores puntuales 1.4. Distribuciones muestrales de los estimadores puntuales 1.5. Propiedades de los estimadores puntuales</p> <p>Tema 2: Métodos de inferencia estadística: Los intervalos de confianza 2.1. Introducción y objetivos 2.2. Los intervalos de confianza 2.3. Intervalo de confianza para la media 2.4. Intervalo de confianza para la proporción 2.5. Intervalo de confianza para la varianza 2.6. Intervalos de confianza para dos poblaciones 2.7. Resumen de los tipos de intervalos de confianza para una y dos poblaciones</p> <p>Tema 3: Métodos de inferencia estadística: Los contrastes de hipótesis 3.1. Introducción y objetivos 3.2. Conceptos fundamentales del contraste de hipótesis 3.3. Pasos que seguir en un contraste de hipótesis 3.4. Caso particular de contraste para la media poblacional. 3.5. Caso particular de contraste para la varianza 3.6. Caso particular de contraste para la proporción 3.7. Contrastes paramétricos para dos poblaciones 3.8. Resumen de los tipos de contrastes</p> <p>Tema 4. Análisis de regresión I: el modelo de regresión lineal simple</p> <p>4.1. Introducción y objetivos</p> <p>4.2. Modelo de regresión lineal simple</p> <p>4.3. Hipótesis básicas de regresión lineal simple</p> <p>4.4. Estimación de los parámetros simple</p> <p>4.5. Capacidad explicativa de la regresión lineal simple</p> <p>Tema 5. Propiedades de los estimadores MCO</p> <p>5.1. Introducción y objetivos</p> <p>5.2 Propiedades de los estimadores MCO de β</p> <p>5.3 Estimación de la varianza del error y sus propiedades</p> <p>5.4 Eficiencia de los estimadores MCO. El teorema de Gauss-Markov</p> <p>5.5 Distribución muestral de los estimadores MCO con errores normales</p> <p>Tema 6. Modelos de Regresión Lineal con variables cualitativas</p> <p>6.1. De variables cualitativas a variables binarias</p> <p>6.2. Modelos con una única variable binaria</p> <p>6.3. Modelos con variables binarias para múltiples categorías</p> <p>6.4. Interacción con variables binarias</p>	
<p>Complemento de Formación 4: El Modelo de Regresión: Estimación MCO, Predicción y Análisis de los Residuos</p>	
<p>Créditos ECTS:</p>	<p>3 6</p>
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</p> <p>Al finalizar este complemento, el estudiante deberá ser capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estimar parámetros de un modelo de regresión lineal. • Realizar predicciones usando un modelo de regresión lineal. • Analizar los residuos que genera un modelo de regresión. • Comprobar si un modelo de regresión incluye variables irrelevantes. • Analizar la presencia de heterocedasticidad en el modelo de regresión. • Estimar los parámetros del modelo de regresión en presencia de heterocedasticidad. 	
CONTENIDOS	



Tema 1: El modelo de regresión lineal en Econometría 1.1. Introducción y objetivos 1.2. ¿Qué es la Econometría? 1.3. La elaboración de modelos econométricos 1.4. Tipos de datos económicos 1.5. Interpretación de los resultados analíticos 1.6. Las TIC en la Econometría **Tema 2: Cuantificación de la relación entre variables: el método MCO** 2.1. Introducción y objetivos 2.2. Modelo de Regresión Lineal General 2.3. Supuestos básicos en el MRL 2.4. Estimación por Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO) 2.5. Interpretación de los parámetros. El efecto marginal 2.6. Los efectos del cambio de las unidades de medida sobre las estimaciones MCO 2.7. Incorporar la no linealidad en la regresión lineal. Cambios en la forma funcional 2.8. Medidas de bondad de ajuste 2.9. La introducción de Series temporales en el MRLG 2.10. Estimación de los parámetros del MRLG con Gretl **Tema 3: Predicción en el modelo de regresión lineal y análisis de residuos** 3.1. Introducción y objetivos 3.2. La predicción en el contexto de los modelos de regresión lineal 3.3. Intervalos de predicción para el valor medio 3.4. Intervalos de predicción para una unidad en particular 3.5. Análisis de residuos

Tema 4. Problemas de especificación

- 4.1. Inclusión de variables irrelevantes
- 4.2. Omisión de variables relevantes
- 4.3. Variables explicativas no observables y variables proxy

Tema 5. Heteroscedasticidad

- 5.1. Estimación MCO con heteroscedasticidad
- 5.2. Contrastes de heteroscedasticidad

Tema 6. Estimación Mínimos Cuadrados Generalizados

- 6.1. El estimador Mínimos Cuadrados Generalizados (MCG)
- 6.2. El estimador Mínimos Cuadrados Generalizados Factibles (MCGF)



5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS
Ver Apartado 5: Anexo 1.
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS
Sesiones presenciales virtuales
Recursos didácticos audiovisuales
Estudio del material básico
Lectura del material complementario
Trabajos, casos prácticos y test de evaluación
Tutorías
Trabajo colaborativo
Realización de prácticas académicas externas (modalidad presencial)
Realización de prácticas académicas externas (modalidad virtual)
Redacción de la memoria de prácticas
Lectura de documentación del centro de prácticas
Tutorías (Prácticas)
Sesión inicial de presentación del Trabajo Fin de Máster
Lectura de material en el aula virtual (TFM)
Tutorías (TFM)
Sesiones grupales de Trabajo Fin de Máster
Elaboración del Trabajo Fin de Máster
Exposición del Trabajo Fin de Máster
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES
Métodos de enseñanza magistral con mediación tecnológica: aquí se incluirían las clases presenciales virtuales, recursos didácticos audiovisuales, seminarios monográficos, etc. Este tipo de actividades promueven el conocimiento por comprensión y, en virtud de la función motivacional que cumplen los múltiples recursos tecnológicos utilizados, superan las limitaciones de la enseñanza meramente transmisiva, creando en el estudiante la necesidad de seguir aprendiendo e involucrándole en su propio proceso de aprendizaje.
Métodos activos: son métodos de enseñanza y aprendizaje basados en la actividad, participación y aprendizaje significativo del alumnado (estudio de casos, aprendizaje cooperativo, método por proyectos, aprendizaje basado en problemas y/o aprendizaje -servicio, etc.). En este tipo de metodologías adquiere protagonismo el trabajo colegiado y cooperativo, sin llegar a prescindir del aprendizaje autónomo de cada estudiante.
Métodos fundamentados en el aprendizaje individual: estudio personal, aprendizaje acompañado a través de lecturas de material complementario, realización de actividades individuales. Dichos métodos permiten que el estudiante establezca un ritmo de estudio, marque sus propios objetivos de aprendizaje, y planifique, organice y autoevalúe su trabajo.
Aprendizaje orientado a proyectos: método de aprendizaje en el que los estudiantes abordan la realización de un proyecto para resolver un problema mediante la planificación, diseño y realización de una serie de actividades a partir del uso de recursos y de los conocimientos adquiridos.
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN
Participación del estudiante
Trabajos, proyectos y/o casos
Test de evaluación
Examen final
Evaluación en base al informe del tutor externo
Memoria de prácticas
Evaluación de la estructura del Trabajo Fin de Máster
Evaluación de la exposición del Trabajo Fin de Máster



Evaluación del contenido individual del Trabajo Fin de Máster		
5.5 NIVEL 1: PLANIFICACIÓN		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Marketing Basado en Datos		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
12		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Sistema de Inteligencia de Marketing: Datos y Tecnología		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Fundamentos Tecnológicos para el Tratamiento de los Datos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		



CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> Trasladar al estudiante conocimientos referentes a la evolución temporal que la inteligencia de marketing ha sufrido, desde el punto de vista de las capacidades solicitadas, sino tanto desde los distintos roles que ha ido adquiriendo y cómo lo anterior se ha ido reflejando desde el punto de vista de estructura organizativa y tecnológica necesarias para asegurar la existencia, en la empresa, de un sistema de inteligencia de marketing que extraiga conocimiento útil y accionable. Comprender los principios que rigen la gestión de la información de los clientes, tanto desde la óptica propia de los datos como de la arquitectura tecnológica necesaria para su explotación. Conocer cuáles son los componentes y utilidad en el ámbito del marketing, tanto de un CRM empresarial como un ecosistema de Big Data. Reconocer los fundamentos de las tecnologías de información y bases de datos para, de esta manera, comprender las soluciones de inteligencia de marketing. Identificar la estructura y procesos tecnológicos existentes que hacen posible la utilización y gestión de la información. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Sistema de Inteligencia de Marketing: Datos y Tecnología</p> <p>La asignatura tiene como objetivo trasladar al estudiante las herramientas en la gestión de la información empresarial: desde la captura de datos hasta la tecnología necesaria para su tratamiento y modelado para asegurar una gestión eficaz, eficiente y rentable de los clientes.</p> <p>En este sentido, la asignatura permitirá al estudiante comprender, no sólo la importancia que, en el actual ámbito del marketing, tiene realizar una gestión adecuada y eficaz de la información, sino cómo han evolucionado las plataformas tecnológicas que soportan esa gestión.</p> <p>Los contenidos de la asignatura tendrán relación con los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Nueva orientación estratégica de las empresas: de un enfoque centrado en el producto a uno estratégico centrado en el cliente (<i>customer centricity</i>). Procesos de recopilación, enriquecimiento y cualificación: se abordarán los procesos necesarios para la captura de la información de los clientes, así como las metodologías a implantar y fuentes de información externas (OpenData) existentes que nos permitan incorporar diferentes tipologías de información más allá de la puramente transaccional (aspecto éste muy importante a la hora de hacer llegar al cliente mensajes relevantes, alineados con sus gustos y preferencias). Análisis geográfico de la información (geomarketing) y cómo este tipo de análisis es un soporte fundamental en la toma de decisiones en el ámbito del micro-marketing. Sistemas de relación con los clientes (CRM: customer relationship management): componentes, objetivos perseguidos, así como los beneficios para la empresa y los clientes. Concepto de Omnicanalidad: la tendencia actual, que ya es realidad en algunas empresas, es trasladar la estrategia de contactos con los clientes desde un esquema "multicanal" a un esquema "omnicanal": <ul style="list-style-type: none"> Pasos necesarios para implantar una estrategia de contactos omnicanal. Proceso de gestión de los clientes: colectivos / targets. Concepto de "Customer Journey": definición según tipo de cliente y/u objetivo, beneficios. Concepto de "Trigger": definición según proceso operacional y/o transaccional. <p>Fundamentos Tecnológicos para el Tratamiento de los Datos</p> <p>Centrada en los fundamentos de tecnología de información y bases de datos necesarios con el fin de comprender las soluciones de Inteligencia en Marketing. Ofrece el lenguaje y principios tecnológicos aplicados para interactuar apropiadamente con perfiles técnicos y propio de equipos de proyectos de inteligencia.</p> <p>La asignatura cubre el siguiente contenido principal:</p> <ul style="list-style-type: none"> Fundamentos de bases de datos: reseña histórica de su evolución hasta nuestros días. Especial detalle en las Bases de datos relacionales, aquellas que nos acompañan desde hace más de cuatro décadas y que son las que están evolucionando en el mundo del <i>Big Data</i>. Lenguaje SQL (utilizando software tipo SQL Server o MySQL): <ul style="list-style-type: none"> Lenguaje de definición de datos (CREATE, ALTER, DROP, TRUNCATE). 		



- **Lenguaje de consultas (SELECT, WHERE, ORDER BY, INSERT, UPDATE, DELETE).**
- Bases de datos modernas (NoSQL, Gráficas, etc.): descripción de las principales características funcionales de las nuevas bases de datos, sus ventajas e inconvenientes, aplicaciones y la manera como están revolucionando las bases de datos tradicionales. Casos de aplicación práctica.
- El Almacén de datos organizacional o *Data Warehouse*: fundamentos y funcionalidades básicas.
- Tecnología de soporte de la Inteligencia: análisis de las soluciones de Extracción Transformación y carga de datos (ETL) claves para el movimiento de los datos de las bases de datos origen diversas al *Data Warehouse*.
- Funcionalidades de presentación de los resultados a través de *dashboards* e informes ejecutivos.
- Arquitectura de un sistema de Inteligencia de Negocio, mapa de todos los elementos de su composición, el rol de cada uno de ellos y el aporte al negocio como elemento técnico.
- Soluciones tecnológicas disponibles: empresas tradicionales y las nuevas en el mundo actual del *Big Data*, modalidad de alquiler/venta de software y pago por uso (SaaS) en su entorno de actuación en la nube (*Cloud*).
- Selección de soluciones tecnológicas de Inteligencia de Negocio aplicadas a tipos de negocios y sus limitaciones.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Ser capaz de capturar información en entornos complejos y aplicar la tecnología necesaria para realizar un tratamiento de datos que asegure una gestión eficiente de la cartera de clientes de una organización.

CG2 - Capacidad de entender y usar el lenguaje y los principios tecnológicos que permiten interactuar apropiadamente con profesionales técnicos de minería de datos en el ámbito de la inteligencia de marketing.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje.

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE2 - Capacidad de identificar y analizar recursos y plataformas tecnológicas empleados para la captura de información empresarial en el ámbito de la inteligencia de marketing.

CE3 - Ser capaz de validar mejoras en la gestión de la información para desarrollar soluciones tecnológicas en el ámbito de la inteligencia de marketing.

CE4 - Ser capaz de formular consultas usando la terminología específica de lenguajes informáticos (tipo SQL), lenguaje utilizado para administrar y recuperar información de sistemas de gestión de bases de datos relacionales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones presenciales virtuales	30	100
Recursos didácticos audiovisuales	12	0
Estudio del material básico	124	0
Lectura del material complementario	90	0
Trabajos, casos prácticos y test de evaluación	58	0
Tutorías	32	30
Trabajo colaborativo	14	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Métodos de enseñanza magistral con mediación tecnológica: aquí se incluirían las clases presenciales virtuales, recursos didácticos audiovisuales, seminarios monográficos, etc. Este tipo de actividades promueven el conocimiento por comprensión y, en virtud de la función motivacional que cumplen los múltiples recursos tecnológicos utilizados, superan las limitaciones de la enseñanza meramente transmisiva, creando en el estudiante la necesidad de seguir aprendiendo e involucrándole en su propio proceso de aprendizaje.

Métodos activos: son métodos de enseñanza y aprendizaje basados en la actividad, participación y aprendizaje significativo del alumnado (estudio de casos, aprendizaje cooperativo, método por proyectos, aprendizaje basado en problemas y/o aprendizaje -



servicio, etc.). En este tipo de metodologías adquiere protagonismo el trabajo colegiado y cooperativo, sin llegar a prescindir del aprendizaje autónomo de cada estudiante.

Métodos fundamentados en el aprendizaje individual: estudio personal, aprendizaje acompañado a través de lecturas de material complementario, realización de actividades individuales. Dichos métodos permiten que el estudiante establezca un ritmo de estudio, marque sus propios objetivos de aprendizaje, y planifique, organice y autoevalúe su trabajo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación del estudiante	0.0	10.0
Trabajos, proyectos y/o casos	20.0	30.0
Test de evaluación	0.0	10.0
Examen final	60.0	60.0

5.5 NIVEL 1: ANÁLISIS

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: La Analítica en la Toma de Decisiones

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	12

DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral

ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
12		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NIVEL 3: Estadística para la Modelización del Marketing Mix

5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3

CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral

DESPLIEGUE TEMPORAL

ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA



Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Analítica Digital de Marketing		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> · Conocer las técnicas de modelado de datos que se utilizan en el proceso de caracterización y análisis de la información disponible. · Aprender técnicas de análisis multivariante con utilidad directa en la toma de decisiones de marketing. · Proporcionar al estudiante las bases metodológicas necesarias para el desarrollo de modelos analíticos que permiten a una empresa cuantificar el impacto que sus acciones de marketing masivo tienen en el mercado donde compete. · Dotar al estudiante de conocimiento sobre las principales técnicas de análisis de series temporales como herramienta de apoyo a la toma de decisiones de marketing. · Identificar cuáles son las disciplinas en el marketing digital que facilitan la obtención de información e inteligencia de clientes. · Analizar la información procedente de los medios on-line que la empresa tiene a su alcance e interpretarla de forma que ésta permita tomar decisiones estratégicas en el ámbito del marketing. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Estadística para la Modelización del Marketing Mix</p> <p>En esta asignatura el estudiante obtendrá los conocimientos necesarios para poner en práctica el análisis estadístico multivariante de la información y, con el objetivo principal de mostrar al estudiante el papel que la estadística tiene en la toma de decisiones de marketing.</p> <p>El análisis multivariante que se incluye en la asignatura puede agruparse en:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Métodos de dependencia: <ul style="list-style-type: none"> o Análisis de regresión. o Análisis discriminante. o Análisis multivariante de series temporales (Modelos VAR). · Métodos de interdependencia: <ul style="list-style-type: none"> o Análisis factorial. 		



o Análisis de componentes principales.

o Análisis clúster.

Posee un enfoque teórico-práctico, formando a los estudiantes en las técnicas de análisis estadístico que le permitirán abordar con mayor seguridad el aprendizaje de las técnicas analíticas avanzadas que se abordarán en asignaturas posteriores.

La aplicación práctica de los conceptos teóricos del análisis estadístico se llevará a cabo resolviendo problemas reales de negocio utilizando el *software* del tipo estadístico PSPP. En este sentido, la asignatura comienza con una introducción a dicho *software* para familiarizar al estudiante con su entorno de trabajo.

En la asignatura se abordarán técnicas de análisis multivariante (**métodos de dependencia y de interdependencia**)

que tienen una aplicabilidad directa en los procesos de marketing. En este sentido, se estudiará, entre otros, el análisis Factorial, técnica con un amplio campo de aplicación (lanzamientos de nuevos productos...) por su capacidad para la reducción de la dimensionalidad del problema de negocio a partir de la agregación de las variables que lo definen facilitando así su comprensión.

Adicionalmente, se proporcionarán al estudiante conocimientos relativos a las técnicas estadísticas que son fundamentales para la medición de la eficacia de las acciones de marketing (siendo por tanto de gran utilidad a la hora de optimizar el presupuesto de marketing), a la vez que se combinará la teoría econométrica con su aplicación práctica en la previsión de ventas, la cuantificación de los efectos de las acciones comerciales en el mercado y el cálculo de su rentabilidad.

El contenido de la asignatura se centra en:

- Procesos de análisis estadístico multivariante (**métodos de dependencia y de interdependencia**), tanto descriptivos como inferenciales y predictivos.
- Técnicas predictivas para la estimación de variables cuantitativas, por medio de la explicación teórica y práctica de los modelos de series temporales (ARIMA y VAR) y su aplicación en marketing para la previsión de ventas.
- Modelos de respuesta del mercado ante dos de las principales decisiones de marketing como son las decisiones de publicidad y precios.
- Técnicas de estimación de la elasticidad de la demanda a distintos niveles de precios: procesos para la determinación del precio óptimo (*Pricing*)

Analítica Digital de Marketing

En la actualidad, la analítica web tiene una gran importancia en las estrategias de comunicación de las empresas. Gracias a la posibilidad de conocer la trazabilidad del proceso de navegación de los clientes, podemos tomar decisiones con respecto a la personalización de la web en función del proceso de navegación de cada cliente (maximizando así la experiencia de cliente), segmentar determinados mensajes de comunicación que generen tráfico hacia otras áreas de la web (nuevas secciones / productos, etc.), incrementar las tasas de conversión, etc.

Por medio de esta asignatura, el estudiante obtendrá las competencias analíticas que le permitan, no sólo analizar la información procedente de los medios on-line, sino tomar decisiones de marketing en base al análisis realizado en diferentes entornos: web analytics, social media analytics, modelos de atribución (conversión de las ventas) o Mobile marketing.

El contenido de la asignatura se centra en:

- Personalización de un sitio web en función al proceso de navegación de cada cliente.
- Segmentación de mensajes de comunicación que generen tráfico hacia otras áreas de la web.
- Analítica web: audiencia, adquisición, comportamiento y conversiones.
- Técnicas de optimización: el CRO (Conversion Rate Optimization), la evaluación heurística, las pruebas de usabilidad, los test A/B y los mapas de calor.
- Posibilidades de analítica en los medios sociales.
- Compra programática: su eficiencia en el proceso presupuestario de marketing.
- Estrategias de marketing en buscadores (SEM: search engine marketing) como origen de inteligencia en marketing.
- El marketing móvil, posibilidades de las APP's como fuente de inteligencia en marketing.
- Procesos para la atención a los clientes en redes sociales (RRSS) como canal de inteligencia de clientes.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG3 - Ser capaz de realizar un análisis estadístico avanzado y multivariante de datos comerciales.

CG5 - Ser capaz de comparar distintas alternativas sobre la ejecución de planes de marketing haciendo uso de un gran volumen de datos.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES



CT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje.		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE5 - Analizar la información con herramientas estadísticas de software tipo SPSS para tomar decisiones eficientes de marketing.		
CE6 - Capacidad de identificar acciones innovadoras y creativas de marketing mix basadas en la inteligencia y análisis masivo de datos.		
CE7 - Capacidad de analizar, mediante el uso de datos masivos, la trazabilidad de la navegación web de los potenciales clientes y adecuar la oferta de un producto y/o servicio a sus necesidades.		
CE8 - Implementar mecanismos avanzados de analítica web para posicionar favorablemente las acciones comerciales de la empresa en buscadores.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones presenciales virtuales	30	100
Recursos didácticos audiovisuales	12	0
Estudio del material básico	124	0
Lectura del material complementario	90	0
Trabajos, casos prácticos y test de evaluación	58	0
Tutorías	32	30
Trabajo colaborativo	14	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Métodos de enseñanza magistral con mediación tecnológica: aquí se incluirían las clases presenciales virtuales, recursos didácticos audiovisuales, seminarios monográficos, etc. Este tipo de actividades promueven el conocimiento por comprensión y, en virtud de la función motivacional que cumplen los múltiples recursos tecnológicos utilizados, superan las limitaciones de la enseñanza meramente transmisiva, creando en el estudiante la necesidad de seguir aprendiendo e involucrándole en su propio proceso de aprendizaje.		
Métodos activos: son métodos de enseñanza y aprendizaje basados en la actividad, participación y aprendizaje significativo del alumnado (estudio de casos, aprendizaje cooperativo, método por proyectos, aprendizaje basado en problemas y/o aprendizaje -servicio, etc.). En este tipo de metodologías adquiere protagonismo el trabajo colegiado y cooperativo, sin llegar a prescindir del aprendizaje autónomo de cada estudiante.		
Métodos fundamentados en el aprendizaje individual: estudio personal, aprendizaje acompañado a través de lecturas de material complementario, realización de actividades individuales. Dichos métodos permiten que el estudiante establezca un ritmo de estudio, marque sus propios objetivos de aprendizaje, y planifique, organice y autoevalúe su trabajo.		
Aprendizaje orientado a proyectos: método de aprendizaje en el que los estudiantes abordan la realización de un proyecto para resolver un problema mediante la planificación, diseño y realización de una serie de actividades a partir del uso de recursos y de los conocimientos adquiridos.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación del estudiante	0.0	10.0
Trabajos, proyectos y/o casos	20.0	30.0
Test de evaluación	0.0	10.0
Examen final	60.0	60.0
5.5 NIVEL 1: EJECUCIÓN		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Analítica Avanzada		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	18	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		



ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6	12	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Analítica Avanzada de Clientes		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
6		
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Análisis de Datos Masivos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12



LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Visualización Avanzada de Datos		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Cuatrimstral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los procesos que permiten llevar a cabo la implantación y la usabilidad, en los procesos de marketing, de los outputs resultantes de los procesos analíticos. • Aprender los nuevos sistemas computacionales disponibles en un entorno de Big Data, así como la usabilidad de los entornos existentes dentro del ámbito del marketing. • Evaluar la usabilidad de los algoritmos de <i>Machine Learning</i> en las diferentes estrategias de marketing y cómo esta analítica avanzada, disponible en entornos de Big Data, tiene una utilidad directa en el proceso de comunicación. • Visualizar de forma inteligente el conocimiento generado en la inteligencia de marketing. • Definir una solución de visualización de datos como un elemento clave en el sistema de inteligencia de marketing. • Identificar los elementos claves que permiten la construcción de un cuadro de mando integral que se focalizase en el análisis desde la óptica del cliente y de marketing. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Analítica Avanzada de Clientes</p> <p>En esta asignatura el estudiante obtendrá los conocimientos necesarios para comprender qué procesos y metodologías analíticas y son necesarias implantar en una empresa que aseguren la usabilidad de todos los <i>outputs</i> analíticos resultantes del análisis de la información disponible en la organización.</p> <p>En este sentido y teniendo presente que el fin último de todo proceso analítico que se desarrolla en la empresa es promover una mejora continuada en la experiencia de cliente, haciéndoles llegar propuestas de valor relevantes y que las mismas tengan un carácter eficiente (desde el punto de vista de recursos), eficaz (alcanzar los mejores resultados y un elevado retorno de la inversión), que maximicen su satisfacción (adaptándose a sus gustos, preferencias y necesidades) y que sean recibidas en el momento adecuado, la asignatura persigue dotar al estudiante de las competencias necesarias que les capacite para implantar esta gestión en el ámbito del marketing.</p> <p>A este respecto, el contenido de la asignatura se centra en:</p>		



- Segmentación avanzada estratégica de clientes: métricas y procesos de aprendizaje para la optimización del target.
- Ciclo de vida de cliente: etapas y momentos de relación, valor y rentabilidad futura de cliente (*customer life time value*).
- Definición y creación de modelos RFM (Recencia-Frecuencia-Monetario) que establezcan una visión estratégica de los clientes.
- Metodologías de clasificación y agrupamiento para identificar la acción comercial óptima a realizar, minimizando el coste de dilución y facilitando su rentabilidad.
- Proceso para la medición de los resultados obtenidos en nuestra estrategia de marketing, tanto a nivel global como a nivel táctico.

Análisis de Datos Masivos

En esta asignatura el estudiante obtendrá los conocimientos necesarios para poner en práctica el análisis de datos masivos desde todas sus visiones: predicción, clasificación, agrupamiento y reducción de la dimensión, con el objetivo principal de mostrar al estudiante el papel que tiene el modelado de datos en la toma de decisiones.

Posee un enfoque teórico-práctico, formando a los estudiantes en las técnicas de modelado de datos útiles para tratar con bases de datos masivas.

La aplicación práctica de los conceptos teóricos del modelado de datos se llevará a cabo resolviendo problemas reales de negocio utilizando *software* tipo Matlab, R, Phyton u Octave. En este sentido, la asignatura comienza con una introducción al *software* para familiarizar al estudiante con su entorno de trabajo. Posteriormente la asignatura cubre las principales técnicas de modelado de datos.

En la segunda parte de la asignatura se abordarán técnicas de análisis avanzadas que tienen una aplicabilidad directa en los procesos de marketing.

Adicionalmente, se proporcionarán al estudiante conocimientos relativos a las técnicas de modelado de datos fundamentales para la medición de los resultados obtenidos en tras las decisiones de marketing, prestando atención al cálculo de la rentabilidad.

Los contenidos de la asignatura se centran en:

- Los problemas de negocio y las soluciones de ciencia de datos: identificación de los tipos de problemas de negocio que se repiten en todos los sectores de actividad y cómo la ciencia de datos ayuda a su resolución.
- Técnicas disponibles para el análisis de diversos tipos de datos, que permiten conocer la interrelación existente entre las distintas variables que componen nuestro sistema de información.
- Metodología de modelado de datos y su aplicación en la toma de decisiones de marketing.
- Minería de datos, en especial la metodología CRISP-DM.
- Minería de texto para el análisis de datos provenientes de fuentes no estructuradas (emails u otros documentos de texto).

Visualización Avanzada de Datos

La visualización de la información en las organizaciones, el proceso usualmente conocido como *reporting* corporativo, ha evolucionado de manera notable pasando de constituirse únicamente desde la óptica de la empresa a ser un elemento primordial en el proceso de difusión del conocimiento tanto de clientes como de resultados de marketing.

El objetivo de esta asignatura es trasladar al estudiante la importancia que tiene no sólo difundir la información y el conocimiento existente en la organización, sino de hacerlo a través de medios que faciliten la comprensión e interactividad de los usuarios con dicha información.

De esta manera, en la asignatura se abordan los conceptos fundamentales para lograr una difusión global, interactiva y focalizada en los clientes, de manera que el proceso implantado permita dar a conocer, de una manera visual, no sólo la evolución de la compañía a través de sus KPI's sino cómo evolucionan las distintas tipologías de clientes, así como los resultados que se están obteniendo a partir de la estrategia de marketing implantada.

Los contenidos más relevantes de la asignatura son:

- Elementos para la visualización de los datos: cuadro de mando integral en las organizaciones (*Balanced scorecard*).
- Métodos y herramientas para analizar datos masivos a través de múltiples dimensiones: soluciones de pago y gratuitas.
- Aspectos clave de diseño de un *Dashboard*.
- KPI'S: proceso de definición y tipos.
- Software de visualización interactiva de datos: Introducción a herramientas tipo Tableau, conceptos de uso de la herramienta, tipos de datos y funcionalidades.
- Story-telling: definición, beneficios que aporta a la comunicación y proceso de construcción en herramientas tipo Tableau.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG4 - Aplicar herramientas de software avanzado para visualizar, de una forma gráfica y clara, datos de marketing.

CG5 - Ser capaz de comparar distintas alternativas sobre la ejecución de planes de marketing haciendo uso de un gran volumen de datos.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.



5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
CT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje.		
CT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar atractivas y eficaces presentaciones de los mismos.		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Capacidad para desarrollar visualizaciones dinámicas de conjuntos de datos masivos provenientes de la evaluación de las estrategias de marketing implantadas en la organización.		
CE9 - Implementar procesos que mejoren la gestión de la experiencia de los clientes mediante el uso de la información derivada de las estrategias de marketing.		
CE10 - Ser capaz de formular y validar propuestas de mejora de la experiencia de los clientes, analizando el ciclo de vida de éstos.		
CE11 - Identificar las fuentes de datos adecuadas para cada problema de la organización a resolver en el ámbito de la inteligencia de marketing.		
CE13 - Aplicar técnicas de storytelling para la presentación exitosa de la información de marketing generada por las soluciones de visualización interactiva de datos.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones presenciales virtuales	45	100
Recursos didácticos audiovisuales	18	0
Estudio del material básico	186	0
Lectura del material complementario	135	0
Trabajos, casos prácticos y test de evaluación	87	0
Tutorías	48	30
Trabajo colaborativo	21	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Métodos de enseñanza magistral con mediación tecnológica: aquí se incluirían las clases presenciales virtuales, recursos didácticos audiovisuales, seminarios monográficos, etc. Este tipo de actividades promueven el conocimiento por comprensión y, en virtud de la función motivacional que cumplen los múltiples recursos tecnológicos utilizados, superan las limitaciones de la enseñanza meramente transmisiva, creando en el estudiante la necesidad de seguir aprendiendo e involucrándole en su propio proceso de aprendizaje.		
Métodos activos: son métodos de enseñanza y aprendizaje basados en la actividad, participación y aprendizaje significativo del alumnado (estudio de casos, aprendizaje cooperativo, método por proyectos, aprendizaje basado en problemas y/o aprendizaje -servicio, etc.). En este tipo de metodologías adquiere protagonismo el trabajo colegiado y cooperativo, sin llegar a prescindir del aprendizaje autónomo de cada estudiante.		
Métodos fundamentados en el aprendizaje individual: estudio personal, aprendizaje acompañado a través de lecturas de material complementario, realización de actividades individuales. Dichos métodos permiten que el estudiante establezca un ritmo de estudio, marque sus propios objetivos de aprendizaje, y planifique, organice y autoevalúe su trabajo.		
Aprendizaje orientado a proyectos: método de aprendizaje en el que los estudiantes abordan la realización de un proyecto para resolver un problema mediante la planificación, diseño y realización de una serie de actividades a partir del uso de recursos y de los conocimientos adquiridos.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Participación del estudiante	0.0	10.0
Trabajos, proyectos y/o casos	20.0	30.0
Test de evaluación	0.0	10.0
Examen final	60.0	60.0
5.5 NIVEL 1: PRÁCTICAS ACADÉMICAS EXTERNAS		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		



NIVEL 2: Prácticas Académicas Externas		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Prácticas Externas	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: Prácticas Académicas Externas		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Prácticas Externas	6	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	6	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Esta asignatura tiene como objetivo la profundización en aspectos relevantes para la formación del estudiante de cara a su inserción en el mundo laboral como especialista en inteligencia de marketing.</p> <p>Tiene un enfoque eminentemente práctico y pretende dotar al estudiante de habilidades especializadas de análisis de datos aplicados a soluciones de inteligencia de marketing, ampliando su experiencia mediante las prácticas en el ámbito profesional real, en colaboración con diferentes empresas e instituciones.</p>		



5.5.1.3 CONTENIDOS
<p>Prácticas Académicas Externas</p> <p>Esta asignatura tiene como finalidad la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos durante todo el máster, ya que el desempeño en un entorno real de trabajo será la forma definitiva de aclarar y consolidar las destrezas adquiridas en las diferentes asignaturas multidisciplinares.</p> <p>Estas prácticas se desarrollan en entornos profesionales, en empresas de diversos sectores de actividad: empresas privadas de muy variados sectores y disciplinas, desde la sanidad, la industria hasta los recursos humanos; en todos estos sectores se vienen desarrollando, especialmente en los últimos años, proyectos de inteligencia de marketing. Pudiendo ser estos, de diversos niveles de análisis, desde uno descriptivo con soluciones de visualización, a uno de análisis con participación en el desarrollo de modelos predictivos o prescriptivos utilizando técnicas novedosas.</p> <p>Durante su desarrollo, el estudiante cuenta con un tutor en el centro que supervisa el correcto desarrollo de las tareas asignadas y mantiene las pertinentes relaciones con el profesor designado por UNIR. Los detalles de las tareas a desarrollar por el estudiante serán fijados por el tutor del centro, con el fin de que el estudiante se especialice en algún área concreta aplicando las competencias adquiridas en el resto de las materias. La nota final será otorgada por el profesor de la asignatura.</p>
5.5.1.4 OBSERVACIONES
<p>En relación con la actividad formativa "Realización de prácticas académicas externas", la presencialidad indicada depende de la opción elegida por el estudiante:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuando las prácticas se realizan en la modalidad presencial, el valor es de un 100%. • Cuando las prácticas se realizan en la modalidad virtual o de teletrabajo, la presencialidad de éstas, entendida esta como presencia síncrona entre estudiante y tutor de prácticas en el centro, depende de las tareas o proyectos realizados por el estudiante en el centro de prácticas, no pudiendo ser cuantificada <i>a priori</i>.
5.5.1.5 COMPETENCIAS
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES
CG1 - Ser capaz de capturar información en entornos complejos y aplicar la tecnología necesaria para realizar un tratamiento de datos que asegure una gestión eficiente de la cartera de clientes de una organización.
CG2 - Capacidad de entender y usar el lenguaje y los principios tecnológicos que permiten interactuar apropiadamente con profesionales técnicos de minería de datos en el ámbito de la inteligencia de marketing.
CG3 - Ser capaz de realizar un análisis estadístico avanzado y multivariante de datos comerciales.
CG4 - Aplicar herramientas de software avanzado para visualizar, de una forma gráfica y clara, datos de marketing.
CG5 - Ser capaz de comparar distintas alternativas sobre la ejecución de planes de marketing haciendo uso de un gran volumen de datos.
CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES
CT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje.
CT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar atractivas y eficaces presentaciones de los mismos.
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS
CE2 - Capacidad de identificar y analizar recursos y plataformas tecnológicas empleados para la captura de información empresarial en el ámbito de la inteligencia de marketing.
CE5 - Analizar la información con herramientas estadísticas de software tipo SPSS para tomar decisiones eficientes de marketing.
CE7 - Capacidad de analizar, mediante el uso de datos masivos, la trazabilidad de la navegación web de los potenciales clientes y adecuar la oferta de un producto y/o servicio a sus necesidades.



CE8 - Implementar mecanismos avanzados de analítica web para posicionar favorablemente las acciones comerciales de la empresa en buscadores.		
CE10 - Ser capaz de formular y validar propuestas de mejora de la experiencia de los clientes, analizando el ciclo de vida de éstos.		
CE11 - Identificar las fuentes de datos adecuadas para cada problema de la organización a resolver en el ámbito de la inteligencia de marketing.		
CE13 - Aplicar técnicas de storytelling para la presentación exitosa de la información de marketing generada por las soluciones de visualización interactiva de datos.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones presenciales virtuales	3	100
Realización de prácticas académicas externas (modalidad presencial)	126	100
Realización de prácticas académicas externas (modalidad virtual)	126	0
Redacción de la memoria de prácticas	24	0
Lectura de documentación del centro de prácticas	12	0
Tutorías (Prácticas)	15	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Métodos activos: son métodos de enseñanza y aprendizaje basados en la actividad, participación y aprendizaje significativo del alumnado (estudio de casos, aprendizaje cooperativo, método por proyectos, aprendizaje basado en problemas y/o aprendizaje -servicio, etc.). En este tipo de metodologías adquiere protagonismo el trabajo colegiado y cooperativo, sin llegar a prescindir del aprendizaje autónomo de cada estudiante.		
Métodos fundamentados en el aprendizaje individual: estudio personal, aprendizaje acompañado a través de lecturas de material complementario, realización de actividades individuales. Dichos métodos permiten que el estudiante establezca un ritmo de estudio, marque sus propios objetivos de aprendizaje, y planifique, organice y autoevalúe su trabajo.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación en base al informe del tutor externo	40.0	40.0
Memoria de prácticas	60.0	60.0
5.5 NIVEL 1: TRABAJO FIN DE MÁSTER		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: Trabajo Fin de Máster		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Cuatrimestral		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	12	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS



No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE ESPECIALIDADES		
No existen datos		
NIVEL 3: Trabajo Fin de Máster		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Trabajo Fin de Grado / Máster	12	Cuatrimestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Cuatrimestral 1	ECTS Cuatrimestral 2	ECTS Cuatrimestral 3
	12	
ECTS Cuatrimestral 4	ECTS Cuatrimestral 5	ECTS Cuatrimestral 6
ECTS Cuatrimestral 7	ECTS Cuatrimestral 8	ECTS Cuatrimestral 9
ECTS Cuatrimestral 10	ECTS Cuatrimestral 11	ECTS Cuatrimestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos a lo largo del máster en un trabajo de consultoría en empresa o institución que permita plantear un proyecto de inteligencia de marketing. • Evaluar la problemática del negocio/institución y definir una solución soportada por la inteligencia de negocio para diseñar una arquitectura de Inteligencia de marketing que de soporte a la solución planteada. • Interpretar el resultado de datos y presentarlos de una manera atractiva y convincente a un perfil de directivos de negocio. 		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Se plantea la realización de un trabajo práctico, el cual toma la forma de un trabajo de consultoría, basado en una situación preferentemente real, tanto relacionada con la empresa en la que trabaje el estudiante como con aquella organización donde se cuente con la autorización y los datos para tal fin.</p> <p>Abarca todo el proceso de planificación de un proyecto de inteligencia de marketing. Para ello, se incluyen las metodologías y marcos de trabajo técnicos y de negocio para resolver el problema de negocio planteado a resolver por la solución de inteligencia de negocio.</p> <p>El proyecto requerido es a nivel conceptual, y es necesario que cubra en detalle de todos los elementos para la definición, desarrollo e implementación de un proyecto de inteligencia de marketing.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
<p>De acuerdo con el Real Decreto 1393/2007, derogado y sustituido por el RD 822/2021, de 28 de septiembre, la defensa pública del Trabajo Fin de Máster tiene carácter obligatorio.</p> <p>El trabajo fin de máster se realiza individualmente o de manera grupal, con el seguimiento continuo por parte de un profesor-director de TFM, durante la elaboración del mismo.</p> <p>Elaboración, defensa y evaluación de trabajos grupales de fin de máster</p> <p>Elaboración</p>		



En el caso de que el trabajo de fin de máster se realice en grupo, se deberá incluir un apartado específico sobre la organización del grupo dónde se especifiquen las partes en las que se ha dividido el trabajo, los objetivos y responsables de cada una de ellas y los mecanismos de coordinación entre los miembros del grupo.

El director del TFM asegurará un correcto **seguimiento individual** de cada uno de los integrantes del grupo a través de **tutorías individuales (3 horas)**. Prestará especial atención a verificar las tareas individualmente realizadas por cada uno de los miembros y su evolución para asegurar que cada uno de los miembros del grupo avanza adecuadamente. **Además**, se realizarán **tutorías grupales (3 horas)** con todos los componentes de modo que se pueda garantizar el avance adecuado (tanto individual como grupal) y ajustes del proceso. Estas tutorías servirán de mecanismo corrector para los obstáculos que se puedan observar pudiendo el director del TFM reasignar tareas si el trabajo final se pudiese ver comprometido.

El estudiante que no cumpla la planificación de trabajo comprometida, podrá ser objeto de apercibimiento de expulsión del grupo por parte de su director del trabajo. La persistente falta de colaboración e incumplimiento por parte de alguno de los integrantes del grupo, previamente constatada por el director de TFM y después del correspondiente apercibimiento, podrá tener como consecuencia la expulsión del equipo. El estudiante que resulte expulsado pasará a la realización de un trabajo realizado de manera individual.

En caso de que un estudiante por, cualquiera que sea la causa, hubiera de abandonar un TFM grupal y con el fin de no generar daños al resto del grupo, el Director/Coordinador del título o la Comisión Académica del título, será la encargada de gestionar la reorganización del grupo y de las tareas que queden pendientes de entrega. Así mismo, deberán garantizar la asignación de un nuevo director para el estudiante que hubo de abandonar el grupo, pudiendo encomendarse esta tarea a la propia Comisión Académica o Director/Coordinador del título.

Defensa y evaluación

El director de un TFM en grupo debe realizar el informe de autorización de forma individual para cada uno de los componentes del grupo, teniendo en cuenta para ello el seguimiento 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.

Durante la defensa cada miembro del grupo presentará una de las partes, aunque **se le podrán dirigir las cuestiones que se considere oportunas a cualquiera de sus componentes o solicitar a cualquier miembro que defienda y explique cualquier parte.**

La calificación final se hará de manera individual a cada uno de los componentes del grupo, teniendo en cuenta sus aportaciones al trabajo final y la defensa individual de la parte que haya defendido y las contestaciones a las cuestiones planteadas.

Cabe recordar, según se indica en la ficha de la materia y en el apartado 5.1, que para el trabajo fin de máster la ponderación de los sistemas de evaluación, es la siguiente:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
Evaluación de la estructura del Trabajo Fin de Máster	20 %
Evaluación de la exposición del Trabajo Fin de Máster	30 %
Evaluación del contenido individual del Trabajo Fin de Máster	50 %

La **evaluación final** tiene dos componentes: uno individual y otro grupal.

Individual:

"Evaluación de la exposición del Trabajo Fin de Máster". Representa el 30 % de la calificación final y refleja la exposición y defensa individual que el miembro del grupo realice.

"Evaluación del contenido individual del Trabajo Fin de Máster". Representa el 50 % de la calificación final y refleja la calificación que la Comisión evaluadora realiza de la parte del trabajo bajo responsabilidad del estudiante.

De este modo, la calificación individualizada supone el 80 % de la evaluación final.

Grupal:

"Evaluación de la estructura del Trabajo Fin de Máster". Representa el 20 % de la calificación final y, dado que, la estructura del TFM es única, será la misma calificación para todos los miembros del grupo.

De este modo, la calificación grupal supone el 20 % de la evaluación final.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

- CG1 - Ser capaz de capturar información en entornos complejos y aplicar la tecnología necesaria para realizar un tratamiento de datos que asegure una gestión eficiente de la cartera de clientes de una organización.
- CG2 - Capacidad de entender y usar el lenguaje y los principios tecnológicos que permiten interactuar apropiadamente con profesionales técnicos de minería de datos en el ámbito de la inteligencia de marketing.
- CG3 - Ser capaz de realizar un análisis estadístico avanzado y multivariante de datos comerciales.
- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación



CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio		
CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		
CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		
CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
CT1 - Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje.		
CT2 - Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar atractivas y eficaces presentaciones de los mismos.		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Capacidad para desarrollar visualizaciones dinámicas de conjuntos de datos masivos provenientes de la evaluación de las estrategias de marketing implantadas en la organización.		
CE3 - Ser capaz de validar mejoras en la gestión de la información para desarrollar soluciones tecnológicas en el ámbito de la inteligencia de marketing.		
CE4 - Ser capaz de formular consultas usando la terminología específica de lenguajes informáticos (tipo SQL), lenguaje utilizado para administrar y recuperar información de sistemas de gestión de bases de datos relacionales.		
CE5 - Analizar la información con herramientas estadísticas de software tipo SPSS para tomar decisiones eficientes de marketing.		
CE9 - Implementar procesos que mejoren la gestión de la experiencia de los clientes mediante el uso de la información derivada de las estrategias de marketing.		
CE13 - Aplicar técnicas de storytelling para la presentación exitosa de la información de marketing generada por las soluciones de visualización interactiva de datos.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesión inicial de presentación del Trabajo Fin de Máster	2	100
Lectura de material en el aula virtual (TFM)	5	0
Tutorías (TFM)	6	50
Sesiones grupales de Trabajo Fin de Máster	3	100
Elaboración del Trabajo Fin de Máster	342	0
Exposición del Trabajo Fin de Máster	2	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Métodos activos: son métodos de enseñanza y aprendizaje basados en la actividad, participación y aprendizaje significativo del alumnado (estudio de casos, aprendizaje cooperativo, método por proyectos, aprendizaje basado en problemas y/o aprendizaje -servicio, etc.). En este tipo de metodologías adquiere protagonismo el trabajo colegiado y cooperativo, sin llegar a prescindir del aprendizaje autónomo de cada estudiante.		
Métodos fundamentados en el aprendizaje individual: estudio personal, aprendizaje acompañado a través de lecturas de material complementario, realización de actividades individuales. Dichos métodos permiten que el estudiante establezca un ritmo de estudio, marque sus propios objetivos de aprendizaje, y planifique, organice y autoevalúe su trabajo.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Evaluación de la estructura del Trabajo Fin de Máster	20.0	20.0



Evaluación de la exposición del Trabajo Fin de Máster	30.0	30.0
Evaluación del contenido individual del Trabajo Fin de Máster	50.0	50.0



6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad Internacional de La Rioja	Profesor Adjunto	30	100	30
Universidad Internacional de La Rioja	Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud)	20	100	20
Universidad Internacional de La Rioja	Ayudante	50	0	50
PERSONAL ACADÉMICO				
Ver Apartado 6: Anexo 1.				
6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS				
Ver Apartado 6: Anexo 2.				

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 7: Anexo 1.

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS		
TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
70	25	90
CODIGO	TASA	VALOR %
No existen datos		
Justificación de los Indicadores Propuestos:		
Ver Apartado 8: Anexo 1.		
8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS		
<p>8.2. Procedimiento general para valorar el progreso y los resultados de aprendizaje</p> <p>La política de calidad de UNIR fue definida para promover y garantizar el logro de la misión de la organización. El despliegue de la política de calidad se evidencia en la implantación de un Sistema de Aseguramiento Interno de Calidad (SAIC), que es de aplicación en cada Centro y Departamento responsables de los Títulos de grado, máster y doctorado. Dicho sistema queda recogido en el criterio 9 de esta guía y aparece desarrollado en el <i>Manual de calidad</i> y sus procedimientos. La estructura definida en el <i>Manual de calidad</i> establece que la Unidad de Calidad (UNICA) será el órgano responsable del seguimiento y la toma de decisiones generales sobre el SAIC y de cada titulación, en este último caso recibe la asistencia y colaboración de las Unidades de Calidad de Titulación (en adelante UCT).</p> <p>Para garantizar el adecuado funcionamiento del SAIC se han establecido diferentes instrumentos de seguimiento que aparecen recogidos en el procedimiento PC-6-1.2 donde se describe cómo se realiza la medición, el análisis de los resultados y la mejora continua:</p> <ul style="list-style-type: none"> Las unidades de calidad, que realizan el análisis del progreso, de los resultados de aprendizaje y del logro de los objetivos establecidos inicialmente, elaboran un informe anual de conclusiones indicando las posibles medidas correctivas, en su caso, y el correspondiente informe de propuestas de mejora (DC_6.1.2-1 Informe Anual de la Unidad de Calidad de titulación y DC_6.1.2-3 Informe de propuestas de mejora). La UNICA recibe y analiza la información de cada titulación y de cada Departamento involucrado en la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje realizando, en su caso, las sugerencias que considere oportunas al plan de mejora. <p>En particular, y adaptado a esta titulación y a estos resultados, el procedimiento es el siguiente:</p> <p>Tras cada periodo de evaluación, a través de la aplicación informática de informes de calidad, la dirección académica del título comprueba si los resultados obtenidos se adecúan a las expectativas, o si, por el contrario, es necesario definir alguna medida (en la mayoría de los casos, estas medidas vendrán sugeridas por profesores, estudiantes y la propia coordinación).</p> <p>La coordinación académica es la encargada de custodiar los datos y los registros necesarios. Para su custodia y comunicación dispone de un espacio compartido, el REPOSITORIO DOCUMENTAL, donde son controlados los documentos por parte del Departamento de Calidad, pero accesibles para su consulta por parte de todos los usuarios autorizados (PC-6-3 Procedimiento para la aprobación/modificación de procedimientos y control de la documentación).</p> <p>Con los datos obtenidos, la coordinación académica realiza un análisis de los mismos y del logro de los objetivos establecidos inicialmente. Elabora un informe anual de conclusiones indicando las posibles medidas correctivas, en su caso, y el correspondiente informe de propuestas de mejora (DC_6.1.2-1</p>		



Informe Anual de la Unidad de Calidad de titulación y DC_6.1.2-3 Informe de propuestas de mejora).

UNICA recibe y analiza la información de cada titulación realizando, en su caso, sugerencias al plan de mejora que se haya establecido en el informe.

UNICA traslada la información a la Comisión Permanente del Consejo Directivo para la aprobación de las medidas propuestas o su desestimación.

Toda información relevante se hace saber a los grupos implicados (ver Plan de comunicación y PA-5.2 de Comunicación Interna).

De este modo la UNICA tiene una visión conjunta de todas las titulaciones y propone en el pleno de la UNICA, que se reúne al inicio y al final del curso, las acciones de mejora que son necesarias a nivel global de la Universidad y ratifica las propuestas de cada UCT para su titulación.

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	http://www.unir.net/universidad-online/manual-calidad-procedimientos/
--------	---

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2020
Ver Apartado 10: Anexo 1.	
10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	
No aplica.	
10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
50088632Z	Eva	Asensio	del Arco
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avenida de la Paz, 137	26006	La Rioja	Logroño
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
virginia.montiel@unir.net	676614276	902877037	Vicedecana de Desarrollo y Organización Académica de la Facultad
11.2 REPRESENTANTE LEGAL			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
24236227T	Juan Pablo	Guzmán	Palomino
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avenida de la Paz, 137	26006	La Rioja	Logroño
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
virginia.montiel@unir.net	676614276	902877037	Secretario General
El Rector de la Universidad no es el Representante Legal			
Ver Apartado 11: Anexo 1.			
11.3 SOLICITANTE			
El responsable del título no es el solicitante			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
16609588T	Virginia	Montiel	Martín
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avenida de la Paz, 137	26006	La Rioja	Logroño
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO



virginia.montiel@unir.net	676614276	902877037	Responsable de Programas ANECA
---------------------------	-----------	-----------	--------------------------------



Apartado 2: Anexo 1

Nombre : 2_Justificacion_completa.pdf

HASH SHA1 : 8177C318717FBF9DE5DA3515ACB1DE44D838B2CE

Código CSV : 482921064638152492432937

Ver Fichero: 2_Justificacion_completa.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre : 4.1_Acceso y admisión.pdf

HASH SHA1 : 986141B2BD1B04D5BC471E9C1BEA7912BDAA3C0E

Código CSV : 473125473328410627000728

Ver Fichero: 4.1_Acceso y admisión.pdf



Apartado 5: Anexo 1

Nombre : 5.1_Planificación de las enseñanzas.pdf

HASH SHA1 : D342B139952A5D9F4050A7630AF0878E2C9C61CF

Código CSV : 482917229966297696118037

Ver Fichero: 5.1_Planificación de las enseñanzas.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre : 6.1_Profesorado.pdf

HASH SHA1 : 601B70D1FD8FA54EC0A3F590A0B52C5F2768BC52

Código CSV : 482474446500508635388970

Ver Fichero: 6.1_Profesorado.pdf



Apartado 6: Anexo 2

Nombre : 6.2._Otros RRHH.pdf

HASH SHA1 : 47F3F121A17CA98567904854B6A8680F8C4819E9

Código CSV : 473135923548019306367492

Ver Fichero: 6.2._Otros RRHH.pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre : 7._Recursos materiales y servicios.pdf

HASH SHA1 : 9402992F7EA4D9CA93F34A3DCE1F8EACEEC5A6C8

Código CSV : 482474591680070537035277

Ver Fichero: 7._Recursos materiales y servicios.pdf



Apartado 8: Anexo 1

Nombre : 8.1_Estimación de valores cuantitativos.pdf

HASH SHA1 : FE3CBC40262AEA06F21A94C4324F19E645BAD834

Código CSV : 366625708688262451373356

Ver Fichero: 8.1_Estimación de valores cuantitativos.pdf



Apartado 10: Anexo 1

Nombre : 10._Calendario de implantación.pdf

HASH SHA1 : 1066658502E0CF78F43AB54878DDEC7E64E8C181

Código CSV : 473185327234517327272296

Ver Fichero: 10._Calendario de implantación.pdf



Apartado 11: Anexo 1

Nombre : Delegacion_Representante_Legal_PABLO_GUZMAN_18052016.pdf

HASH SHA1 : 356D44DE96E8A4BD434CAE7247F6AD3691E5D506

Código CSV : 366625923238820116415160

Ver Fichero: Delegacion_Representante_Legal_PABLO_GUZMAN_18052016.pdf



