

FECHA: 18/02/2022

EXPEDIENTE Nº: 9255/2016

ID TÍTULO: 2503511

EVALUACIÓN SOBRE LA PROPUESTA DE MODIFICACIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS

Denominación del Título	Graduado o Graduada en Marketing por la Universidad Antonio de Nebrija
Universidad solicitante	Universidad Antonio de Nebrija
Universidad/es participante/s	Universidad Antonio de Nebrija
Centro/s	• Facultad de Comunicación y Artes
Rama de Conocimiento	Ciencias Sociales y Jurídicas

El Consejo de Universidades ha remitido a la Fundación para el Conocimiento MADRI+D la solicitud de MODIFICACIÓN del plan de estudios ya verificado de este título oficial. Dicha solicitud se presenta al amparo del artículo 28 del Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010, por el que se establece el procedimiento para la modificación de planes de estudios ya verificados.

Esta evaluación ha sido realizada, de forma colegiada, por la correspondiente Comisión de Evaluación formada por expertos del ámbito académico y estudiantes.

Dicha Comisión de evaluación, de forma colegiada, ha valorado la modificación del plan de estudios de acuerdo con los criterios recogidos en el Protocolo para la verificación y modificación de títulos oficiales de grado y máster de la Fundación para el Conocimiento Madrimasd.

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

El presente informe únicamente recoge la evaluación de los aspectos señalados en la solicitud de modificaciones presentada a través de la sede electrónica del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, no considerándose evaluados aquellos aspectos que la Universidad haya modificado en la memoria y no hayan sido señalados en el formulario de modificación.

Los cambios expresamente indicados en la **SOLICITUD DE MODIFICACIÓN** son los siguientes:

0 - Descripción general

Descripción del cambio. JUSTIFICACIÓN DE LA MODIFICACIÓN DEL

TÍTULO GRADO EN MARKETING POR LA UNIVERSIDAD ANTONIO DE NEBRIJA El Grado en Marketing por la Universidad Antonio de Nebrija se implantó en el curso 2017/18. Tras cuatro años de implantación, se consolida la trayectoria del Grado y fruto de ello se registra un mayor interés de la titulación en la modalidad presencial. Teniendo en cuenta que el grado tiene verificadas 160 plazas, 100 para la modalidad virtual y 60 para la modalidad presencial, solicitamos cambiar 30 plazas de la modalidad a distancia para la modalidad presencial. CRITERIO 1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO Ante el incremento de la demanda del Grado en Marketing y la ampliación de las instalaciones para su impartición, se solicita el incremento de 60 a 90 plazas, en la modalidad presencial, y la reducción de 100 a 70 en la modalidad virtual. CRITERIO 6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES Se actualiza este apartado, incluyendo las nuevas incorporaciones de la Facultad de Comunicación y Artes, que dan soporte al Grado en Marketing. CRITERIO 7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS Se incluye la información sobre la actualización y ampliación de las instalaciones y servicios del campus de Princesa, donde se imparte el Grado en Marketing. CRITERIO 8.1.- VALORES CUANTITATIVOS ESTIMADOS PARA LOS INDICADORES Y SU JUSTIFICACIÓN Se actualiza tasa de abandono, eficiencia y rendimiento de la modalidad presencial de acuerdo a los resultados que ha obtenido el Grado en Marketing desde su implantación en el curso 2017/18; la tasa de graduación no se puede actualizar ya que será en este curso 2020/2021 cuando finalice la primera promoción. Además aclarar, que al no haber abierto grupo en la modalidad a distancia, se han mantenido las mismas tasas de graduación, abandono y eficiencia. CRITERIO 11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD 11.2. Representante Legal Debido al cambio en la figura de Rector de la Universidad Nebrija, se procede a actualizar, en el apartado 11 sobre personas asociadas a la solicitud, los datos del Representante Legal (subapartado 11.2). ACLARACIONES: Señalar que al no haber modificado el número total de plazas verificadas (160), ni la distribución de grupos por

modalidad (se mantienen 2 grupos en presencial y 1 grupo en distancia), no ha sido necesario modificar el criterio 6.1. Profesorado. Se eliminan las referencias al RD 1393/2007, 29 de octubre, en los subapartados 3.1. y 4.4. En la memoria se recoge, en color rojo, la información relativa a estas modificaciones, en cada uno de los puntos concretos que se han modificado.

2.1 Justificación, adecuación de la propuesta y procedimientos

Descripción del cambio. Se adjunta un nuevo PDF para incluir la solicitud de modificación y dentro del criterio 1, se trasladan 30 de las plazas de la modalidad a distancia a la modalidad presencial, manteniendo el total de plazas ya verificadas (160). Se eliminan las referencias al RD 1393/2007, 29 de octubre ya que ha sido derogado y sustituido por el RD 822/2021, de 28 de septiembre.

3.1 Competencias Generales y básicas en el caso de grado

Descripción del cambio. Se eliminan las referencias al RD 1393/2007, 29 de octubre.

4.4 Sistema de transferencia y reconocimiento de créditos

Descripción del cambio. Se eliminan las referencias al RD 1393/2007, 29 de octubre.

6.2 Otros Recursos Humanos

Descripción del cambio. Se adjunta un nuevo PDF para incluir las nuevas incorporaciones de la Facultad de Comunicación y Artes, que dan soporte al Grado en Marketing.

7.1 Justificación de recursos materiales y servicios disponibles

Descripción del cambio. Se adjunta un nuevo PDF para incluir la información sobre la actualización y ampliación de las instalaciones y servicios del campus de Princesa.

8.1 Estimación de resultados con valores cuantitativos

Descripción del cambio. Se adjunta un nuevo PDF actualizando la tasa de abandono, eficiencia y rendimiento de la modalidad presencial de acuerdo a los resultados que ha obtenido el Grado en Marketing desde su implantación en el curso 2017/18.

11. 2 Responsable legal

Descripción del cambio. Debido al cambio en la figura de Rector de la Universidad Nebrija, se procede a actualizar, en el apartado 11 sobre personas asociadas a la solicitud, los datos del Representante Legal (subapartado 11.2).

Madrid, a 18/02/2022:

EL DIRECTOR DE MADRI+D



Federico Morán Abad