
FECHA: 03/03/2020

EXPEDIENTE N°: ABR_I_0924/2009

ID TÍTULO: 4310947

EVALUACIÓN SOBRE LA PROPUESTA DE MODIFICACIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS

Denominación del Título	Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas) por la Universidad de Cantabria
Universidad solicitante	Universidad de Cantabria
Universidad/es participante/s	Universidad de Cantabria
Centro/s	• Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Rama de Conocimiento	Ciencias Sociales y Jurídicas

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

La evaluación de la modificación del plan de estudios se ha realizado por una Comisión de Evaluación formada por expertos nacionales e internacionales del ámbito académico, profesionales y estudiantes. Los miembros de la Comisión han sido seleccionados y nombrados según el procedimiento que se recoge en la Web de la agencia dentro del programa VERIFICA.

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

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

MOTIVACIÓN

La propuesta de Modificación del Título Oficial no supone un cambio que afecte a su naturaleza y objetivos.

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

Los aspectos considerados en la solicitud de modificación son:

MODIFICACIONES SOLICITADAS

GENERAL

Puesto que en el propio título "Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)" se destaca la especialización de contenidos en turismo, se propone la eliminación de la Especialidad "Empresas Turísticas". Dado que el grueso de los estudiantes elige este Título Oficial por la combinación de marketing y turismo, se propone reforzar los contenidos de turismo añadiendo dos nuevas asignaturas en este campo: "Gestión de la Experiencia Offline y Online del Turista" (resultante de la fusión de "Gestión de la Calidad Percibida" y "Merchandising y Gestión del Punto de Venta) y "Marketing Promocional Online en Turismo" . Ante la necesidad de "reforzar los contenidos de marketing online" del Título (ver página 9 del Informe Final de Evaluación para Renovación de la Acreditación - Expediente Nº : 4310947), se propone el cambio en la denominación de varias asignaturas del Máster para adaptarlas al nuevo contexto de marketing donde las organizaciones combinan las acciones de marketing tradicionales (offline) con las basadas en Internet y las redes sociales (online). En línea con lo que se recoge en el Informe Final de Evaluación para Renovación de la Acreditación citado (página 10), se propone la eliminación de las asignaturas del título que no estaban siendo objeto de impartición.

1.1 - Datos básicos de la descripción del título

Se elimina la especialidad Empresas Turísticas porque va en el propio nombre del título.

4.2 - Requisitos de acceso y criterios de admisión

Se actualizan los enlaces de las páginas web.

5.2 - Actividades formativas

Se actualizan los datos de horas.

5.5 - Módulos, Materias y/o Asignaturas

Se dejan 2 orientaciones Orientación Profesional y Orientación Investigadora y se eliminan las siguientes asignaturas: 1) Estrategia Corporativa. 2) Nuevos Modelos de Dirección de Empresas. 3) Sistemas Integrados de Gestión: Medio Ambiente y Prevención. 4) Marketing Social y No Lucrativo. 5) Líneas de Investigación en Sistemas de Información y Gestión del Conocimiento. 6) Líneas de Investigación en Organización de Empresas. 7) Líneas de Investigación en Finanzas. 8) Líneas de Investigación en Contabilidad y Auditoría. Se modifica la denominación de las siguientes asignaturas: Análisis y Planificación de Medios Publicitarios por Planificación de Medios Publicitarios Offline y Online. Canales de Distribución y Nuevas Tecnologías por E-Commerce y Gestión de la Omnicanalidad.

Construcción de Cuestionarios y Análisis de Encuestas por Diseño y Análisis de Encuestas Offline y Online. Merchandising y Gestión del Punto de Venta por Gestión de la Experiencia Offline y Online del Turista. Marketing Promocional por Marketing Promocional Online en Turismo.

6.1 – Profesorado

Se actualiza la estructura del personal tomando como referencia los datos de los dos últimos cursos académicos.

8.1 - Estimación de resultados con valores cuantitativos

Se actualizan los campos de tasas de graduación, tasa de abandono, tasa de eficiencia y los enlaces a las páginas web.

8.2. Procedimiento general para valorar el progreso y los resultados

9 - Sistema de garantía de calidad

Se actualiza el enlace a la página web.

10.1 - Cronograma de implantación

Se actualiza el calendario de implantación.

Madrid, a 03/03/2020:

LA DIRECTORA DE ANECA



Mercedes Siles Molina