

EVALUACIÓN DE LA SOLICITUD DE MODIFICACIÓN DE TÍTULO OFICIAL

Identificación del título

Denominación: Graduado o Graduada en Negocios y Marketing Internacionales por la Universidad Pompeu Fabra

Universidad/des: Universidad Pompeu Fabra

Centro/s:

- Escuela Superior de Comercio Internacional

Rama: Ciencias Sociales y Jurídicas

Introducción

Conforme a lo establecido en el artículo 25 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el cual se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, la Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya ha procedido a evaluar el plan de estudios que conduce al Título universitario oficial arriba citado.

La evaluación de las modificaciones se ha realizado de forma colegiada por la Comisión Específica de Ciencias Sociales y Jurídicas. La evaluación se ha llevado a cabo de acuerdo con la Guía para la elaboración y verificación de las propuestas de titulaciones universitarias de grado y máster. Esta guía recoge los criterios y directrices que establece el Protocolo de evaluación para la verificación de títulos universitarios oficiales elaborado conjuntamente por las agencias que cumplen los requisitos establecidos en el artículo 24.3 del RD 1393/2007.

Resultado

Una vez el Consejo de Universidades ha enviado la propuesta del plan de estudios a AQU Catalunya y esta ha sido evaluada por la Comisión Específica de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Comisión de Evaluación de la Calidad, dicha comisión ha acordado emitir el presente informe.

Con carácter previo, se hace constar que el presente informe únicamente recoge la evaluación de los aspectos señalados en la solicitud de modificaciones presentadas a AQU Catalunya, no considerándose evaluados aquellos aspectos que la Universidad haya modificado en la

memoria y no hayan sido solicitados expresamente.

La institución presenta las siguientes modificaciones:

Se amplía la oferta de plazas de 110 a 115.

Se incorpora una competencia transversal de género, siguiendo las siguientes las recomendaciones de la Ley 17/2015 que establece la obligación de incorporar la perspectiva de género en la docencia universitaria.

Se actualiza la información de acceso y admisión de estudiantes.

Se actualizan los contenidos, especialmente aquellos relacionados con el marketing, atendiendo a las recomendaciones recogidas en el informe de evaluación externa asociado al proceso de acreditación del título durante el curso 2016-17. Se añade un nuevo perfil de marketing a los dos existentes relacionados con esta materia, lo que da lugar a un total de 3 perfiles. El nuevo perfil se denomina Marketing Digital Internacional y consta de los siguientes contenidos: Optimización de motores de búsqueda (SEO), Marketing de Buscadores (SEM), Mercados Electrónicos, Análisis web, Marketing de Redes Sociales y Contenidos, Interfaz de Usuario y Experiencia de Usuario, Gestión de la Relación con el Cliente en Línea, Inteligencia Artificial y Aprendizaje Automático, Mapeo de Datos para Marketing. Se considera que la inclusión de la materia y el perfil de Marketing Digital Internacional es una necesidad del mercado y un acierto para la titulación.

Se introducen 4 asignaturas nuevas relacionadas con el árabe: Idioma I (obligatoria, 12 ECTS), Idioma II (obligatoria, 12 ECTS) y dos asignaturas optativas (Lengua Árabe en los Negocios I (4 ECTS) y Lengua Árabe en los Negocios II (4 ECTS)).

Se crean nuevas asignaturas optativas: Gestión de la Sostenibilidad (4 ECTS), Programación y Gestión de grandes Bases de Datos (4 ECTS), Derecho y Mercados Globales (4 ECTS), 2 asignaturas optativas vinculadas a una Cátedra Jean Monnet (La Política Comercial de la Unión Europea en tiempos de cambios, de 4 ECTS y Tendencias en la Gobernanza Comercial Global de 2 ECTS), Tendencias en Marketing Internacional (2 CTS) y Tendencias en Economía, Política y Sociedad (2 ECTS).

Se reorientan los contenidos asociados a la asignatura Management Communication (obligatoria, 4 ECTS) y se cambia su denominación a Comunicación Corporativa y

Construcción de Marca.

Se crean 3 asignaturas obligatorias nuevas: a) Gestión de la Sostenibilidad (antes era optativa), b) Habilidades emprendedoras y c) Comportamiento Organizacional y Gestión de Equipos. Para ello se eliminan tres asignaturas obligatorias: Introducción al Derecho Empresarial (obligatoria, 4 ECTS, segundo trimestre del primer curso) y asimilación de los objetivos formativos a la asignatura Derecho de la Empresa Internacional, Finanzas II (obligatoria, 4 ECTS, segundo trimestre del tercer curso) y Dirección Internacional de Equipos (obligatoria, 4 ECTS, segundo trimestre del cuarto curso).

Se eliminan un conjunto de asignaturas optativas del plan de estudios original, dado que han quedado desfasadas al introducir nuevas asignaturas optativas en el grado (Sistemas de Información, Comercio Electrónico, Métodos Cuantitativos, Cultura y Negocios en Oceanía).

Se intercambia la ubicación de las asignaturas Análisis de Datos (ahora ubicada en el primer trimestre de primer curso) e Introducción al Derecho Empresarial (pasando del primer al segundo trimestre de primer curso); de Comunicación Corporativa y Construcción de Marca (ahora ubicada en el tercer trimestre del primer curso de grado) e Historia Económica Internacional (ahora ubicada en el primer trimestre de segundo curso) y, finalmente, de Responsabilidad Social de las Organizaciones (del segundo trimestre de cuarto curso al tercer trimestre del mismo curso) y Dirección Estratégica Internacional (del tercer al segundo trimestre del cuarto curso).

Se cambia la ubicación de la asignatura optativa Derecho y Mercados Globales (4 ECTS) en el Plan de Estudios, pasando del segundo al primer trimestre académico.

Se cambia la denominación de algunas asignaturas optativas: Finanzas Internacionales ha pasado a denominarse Finanzas en los Negocios Internacionales; Investigación de Mercados II ha pasado a denominarse Técnicas de Investigación de Mercados; Investigación de Mercados I, ha perdido el identificador numérico, denominándose Investigación de Mercados, Dirección de Relaciones Públicas y Atención al Consumidor ha pasado a denominarse Relaciones Públicas y Marketing de contenidos.

No se notifican apenas cambios en el claustro de profesores, indicándose únicamente que la asignatura Gestión de la Sostenibilidad será impartida por profesores doctores acreditados de la Cátedra UNESCO de Ciclo de Vida y Cambio Climático como miembros de la plantilla PDI de ESCI-UPF.

Se actualiza el enlace web del Sistema de Garantía de Calidad a la última revisión.

Se actualiza la información del representante legal y el responsable del título.

Se evalúa FAVORABLEMENTE la solicitud de modificación del título de Graduado o graduada en Negocios y Marketing Internacionales de la Universitat Pompeu Fabra. La titulación deberá informar adecuadamente a los y las estudiantes sobre las modificaciones efectuadas a través de los canales disponibles para ello en la Institución.

El/La presidente/a de la Comisión Específica de Ciencias Sociales y Jurídicas



Andreu Casero Ripollés

Barcelona, 19/05/2022