



Informe final de evaluación de la solicitud para la verificación de un Título oficial de Grado o Máster

Denominación del Título	Máster Universitario en Marketing e Investigación Aplicada por la Universidad de Sevilla
Universidad solicitante	Universidad de Sevilla
Centro/s	• Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad/es participante/s	Universidad de Sevilla
Rama de Conocimiento	Ciencias Sociales y Jurídicas

La Agencia para la Calidad Científica y Universitaria de Andalucía (ACCUA), ha procedido a evaluar el Plan de Estudios que conduce al Título universitario oficial arriba citado, de acuerdo con lo establecido en el artículo 26 del RD. 822/2021, de 28 de septiembre.

La evaluación del plan de estudios ha sido realizada por la Comisión de Evaluación de la Rama de Conocimiento de Ciencias Económicas y Empresariales a la que se asignó el título, formada por personas expertas del ámbito académico nacional e internacional, profesionales y estudiantes. En caso de que haya sido necesario, en dicha evaluación también han podido participar personas expertas externas a la Comisión que aportan informes adicionales a la misma.

Dicha Comisión de evaluación, de forma colegiada, ha valorado el Plan de Estudios de acuerdo con los criterios recogidos en la Guía de apoyo para la elaboración de la memoria verificada de títulos oficiales (Grado y Máster), haciendo una propuesta de informe a la Comisión de Emisión de Informes.

De acuerdo con el procedimiento legalmente establecido, cumplido el trámite de alegaciones por la Universidad, la Comisión de Emisión de Informes, reunida en sesión ordinaria, emite un informe de evaluación FAVORABLE con aspectos que serán de especial seguimiento en la implantación del título.

Motivación:

1. Descripción, objetivos formativos y justificación del título

La denominación del título que aparece en la memoria es "Master Universitario en Marketing



e Investigación Aplicada” y es coherente con los objetivos formativos del título, los resultados de aprendizaje y el plan de estudios propuesto en la memoria.

El título se adscribe (i) a la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas y (ii) al ámbito de “Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad y turismo” -incluido en el Anexo I del RD 822/2021.

La modalidad de enseñanza-aprendizaje solicitada es presencial y se encuentra debidamente justificada en el plan de estudios.

La distribución de la carga docente entre créditos obligatorios y optativos garantiza que todos los estudiantes del título pueden adquirir los objetivos formativos y los resultados de aprendizaje indicados en el plan de estudios.

Se incluyen cuatro créditos optativos en prácticas externas. Sin embargo, se ofrecerán un máximo de 10 plazas para la realización de prácticas, que podrán ser solicitadas por el alumnado que lo desee. Si hay más de 10 solicitudes, la preferencia se hará en función de las notas obtenidas por el alumnado en las asignaturas del primer cuatrimestre, de forma que el que tenga una mayor nota media de las asignaturas del primer cuatrimestre tendrá preferencia al elegir las prácticas.

Se ha verificado la normativa de gestión de las prácticas externas en la Universidad de Sevilla a través de los enlaces correspondientes así como los enlaces relativos a la normativa aplicable a las prácticas externas de las titulaciones oficiales adscritas a la facultad de ciencias económicas y empresariales de la Universidad de Sevilla y, asimismo, se han podido verificar los convenios firmados.

La Memoria define adecuadamente el número de créditos ECTS tanto para estudiantes a tiempo completo como para estudiantes a tiempo parcial, estableciendo en ambos casos un número mínimo y máximo de matrícula de créditos ECTS.

Se facilita un enlace a las “Normas de permanencia de los estudiantes de Universidad de Sevilla” referenciado como Acuerdo del Consejo Social de fecha 17 de diciembre de 2008, y se considera coherente con las características del título.

El idioma en el que se impartirá el título será el castellano y se encuentra correctamente desplegado en el plan de estudios.

El número de plazas de nuevo ingreso es 30. Dicha oferta es adecuada en función de los recursos humanos, profesorado, y materiales disponibles para el título y en función del planteamiento de plan de estudios presentado en la Memoria (modalidad presencial).



La Memoria recoge el interés académico, investigador y profesional del título. También incluye distintos referentes nacionales e internacionales en Europa y en los EEUU, indicándose los procedimientos de consulta internos y externos que se han tenido en cuenta en la elaboración del plan de estudios del título.

Esta titulación es de nueva implantación y no sustituye a ninguno ya existente.

Los objetivos formativos poseen una redacción clara, precisa y están alineados con la justificación del título. A este respecto, se ha recogido como objetivo formativo que el título despierte “el interés investigador en los alumnos para que algunos puedan iniciar la carrera investigadora. De esta forma, conseguir que algunos se matriculen en alguno de los programas de doctorado que ofrece la Universidad de Sevilla dentro del área de empresa y negocios”, indicándose, a modo de ejemplo, cinco programas de doctorado a los que podrían tener acceso los estudiantes que finalicen el máster. No obstante, la redacción de los dos últimos objetivos de formación propuestos es muy generalista y deberían ser más próximos a los objetivos de esta titulación.

La Memoria detalla un conjunto variado de perfiles de egreso entre los que destacan los directores comerciales y de ventas; directores de empresas de abastecimiento, transporte, distribución y afines; analista de datos e investigación de mercados; profesionales del marketing digital y agentes de ventas profesionales de la publicidad y la comercialización entre otros así como perfiles de egreso relacionados con el ámbito académico y de investigación del título.

Aspectos que mejorarán la propuesta presentada del título, pero que no determinan el sentido del informe:

- Se recomienda revisar la redacción de los dos últimos objetivos de formación propuestos para hacerlos más específicos a los contenidos de esta titulación. Con la redacción actual, que es muy generalista, son objetivos que pueden conseguirse con cualquier titulación. Adicionalmente se recomienda utilizar una redacción que exprese que dicho objetivo se va a lograr con la formación (por ejemplo: Desarrollar; evitar “Haber desarrollado”).

2. Resultados del proceso de formación y de aprendizaje

Cada resultado de aprendizaje hace referencia a su clasificación correspondiente y es coherente con la denominación del título, su ámbito de conocimiento, los objetivos formativos y los perfiles de egreso. Asimismo, son generales, significativos en la definición del proyecto formativo de la titulación, académicamente relevantes y se garantiza su adquisición por todo el alumnado. La redacción de las competencias, incluye verbos activos que permiten evaluar adecuadamente el resultado.



3. Admisión, reconocimiento y movilidad

La Memoria incluye un enlace que facilita información sobre acceso y admisión a los estudios de la Universidad de Sevilla. Adicionalmente, se indica que la Comisión Académica del título establecerá y aplicará los criterios de selección, respetando los principios de mérito e igualdad de oportunidades.

Se indica que el nivel de idiomas para los estudiantes extranjeros será el B2.

En el perfil de ingreso se establecen las titulaciones preferentes como criterio de admisión que van desde el Grado de Turismo al Grado de Economía pasando por el Grado de Sociología entre otros muchos. Dada la clara heterogeneidad en las titulaciones preferentes definidas en el perfil de ingreso, se incluyen complementos formativos específicos para las titulaciones no muy vinculadas con la temática del título (a modo de ejemplo, el Grado en Matemáticas), en concreto, se incluyen tres asignaturas optativas del plan de estudios que deberán cursar aquellos alumnos cuyos estudios de origen no sea alguna de las relacionadas en la memoria.

En cuanto al reconocimiento y transferencia de créditos, la Universidad incluye el enlace al documento donde se exponen los criterios generales para el reconocimiento y transferencia de créditos. El título no plantea reconocimiento de créditos cursados en Centros de formación profesional de grado superior pero recoge la posibilidad de convalidación de hasta 4 créditos en prácticas en empresas acreditándose experiencia laboral y profesional en el ámbito del marketing.

Se presenta un enlace a la normativa de la universidad de Sevilla en lo relativo a la movilidad internacional si bien, el plan de estudios no contempla la movilidad de los alumnos matriculados, eliminándose la referencia que se incluía en la memoria original respecto a la realización del TFM en otra universidad.

4. Planificación de las enseñanzas

La estructura del plan es acorde con la denominación del título, los objetivos formativos y los resultados de aprendizaje. El desarrollo del plan de estudios es conforme a la legislación vigente. La carga docente se encuentra equilibrada entre los dos módulos, así como en el carácter de las asignaturas (obligatorio y optativo).

El reparto de las asignaturas obligatorias y optativas permite que los estudiantes adquieran de forma obligatoria los contenidos básicos de ambos módulos. Se han equilibrado los créditos obligatorios y optativos entre los dos cuatrimestres y se garantiza que los estudiantes podrán cursar las asignaturas sin que existan solapamientos de horarios.



Se detallan los contenidos de los dos módulos, así como del TFM correspondiéndose con los incluidos en la descripción de las materias comprendidas en cada uno de ellos.

Se han definido claramente los mecanismos y procedimientos de coordinación del título. La coordinación estará guiada por la Comisión Académica del Máster. Se proponen algunos mecanismos concretos que se consideran suficientes, como: lista de correos electrónico para notificación de incidencias, talleres de coordinación, etc. Además, se define la figura del coordinador de asignatura, y se establecen dos niveles de coordinación básica: intra-asignatura e inter-asignatura.

Se han modificado las actividades formativas y las metodologías adaptándolas a los contenidos de cada módulo. Sin embargo, se observa que, si bien se han incluido las prácticas en empresas dentro del plan de estudios, y en la ficha correspondiente se describen las metodologías específicas relacionadas con las mismas, éstas no se incluyen en el listado donde se relacionan todas las metodologías utilizadas en dicho plan.

Se recogen los sistemas de evaluación y los porcentajes que se emplearán en las asignaturas que conforman el plan de estudios correspondientes a los módulos (1) y (2) y TFM, incluyéndose horquillas porcentuales para las distintas materias y módulos. Ahora bien, en algunas asignaturas como “Técnicas de análisis confirmatorio-predictivo de datos”, “Aplicaciones de la minería de datos a la investigación de mercados”, “Ciencia de Datos aplicada al marketing con R” las horquillas máximas y mínimas son muy amplias (por ejemplo, en el caso del sistema de evaluación “Valoración final de informes, trabajos, proyectos, memorias, etc”, la ponderación mínima es del 20% y la máxima del 80%). Por su parte, la información aportada en la asignatura “Habilidades para la investigación aplicada en marketing” sobre las ponderaciones de los distintos sistemas de evaluación es confusa. Por su parte, en el caso del Trabajo de Fin de Máster, la Memoria aporta información adecuada sobre el sistema de evaluación indicando que el documento elaborado por el estudiante representará el 90% de la calificación y la presentación del trabajo ante un tribunal tiene el 10% adicional.

Se han incluido cuatro créditos optativos en prácticas externas. Y se incluye información sobre el profesorado que se encargará de supervisar las prácticas, así como acceso a los convenios con instituciones donde se realizarán las mismas.

Aspectos que mejorarán la propuesta presentada del título, pero que no determinan el sentido del informe:

- Se recomienda incluir las actividades formativas y metodologías recogidas en los módulos para comprobar que la propuesta es correcta. En el Modulo 2 debe revisarse la numeración de las actividades y corregir la actividad 3 que hace referencia a TFM.



- Se recomienda revisar los sistemas de evaluación y sus porcentajes, dado que en algunas asignaturas como “Técnicas de análisis confirmatorio-predictivo de datos”, “Aplicaciones de la minería de datos a la investigación de mercados”, “Ciencia de Datos aplicada al marketing con R” las horquillas máximas y mínimas son muy amplias (por ejemplo, en el caso del sistema de evaluación “Valoración final de informes, trabajos, proyectos, memorias, etc”, la ponderación mínima es del 20% y la máxima del 80%). Y debe revisarse la información aportada en la asignatura “Habilidades para la investigación aplicada en marketing” sobre las ponderaciones de los distintos sistemas de evaluación para que resulte más clara.

Aspectos que serán de especial seguimiento:

- Debe revisarse el contenido de la asignatura optativa prácticas en empresas externas para garantizar que todos los estudiantes puedan cursar esta materia optativa del título. La limitación máxima de 10 plazas de prácticas, que podrán ser solicitadas por el alumnado que lo desee no se considera aceptable. Debe de garantizarse la posibilidad de realizar dichas prácticas a la totalidad (30) de alumnado que curse el Máster.

5. Personal académico y de apoyo a la docencia

El perfil y la formación del profesorado son adecuados teniendo en cuenta las características del título. En concreto, el título cuenta con un profesorado que tiene un perfil diferenciado por áreas de conocimiento. El profesorado pertenece a 5 departamentos de la Universidad de Sevilla: Departamento de Administración de Empresas y Marketing (áreas de Comercialización e Investigación de Mercados y de Organización de Empresas), Departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos, Departamento de Psicología Social, Departamento de Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial y Departamento de Economía Financiera y Dirección de Operaciones. El profesorado asignado al título incluye a un total de 35 profesores de los que 15 son Profesores Catedráticos de Universidad, 14 son Profesores Titulares de Universidad y 6 son Profesores Contratados Doctores. La reconocida experiencia docente e investigadora del profesorado viene reflejada por los 80 sexenios de investigación y por los 176 quinquenios de docencia.

Se incluye un listado del profesorado que se encargará de la tutorización de las prácticas y convenios verificables con instituciones dónde se realizarían dichas prácticas. También se aporta información detallada acerca del personal de apoyo a la docencia en la que se incluye su perfil y funciones.

6. Recursos para el aprendizaje: materiales e infraestructurales, prácticas y servicios

Se detallan los medios materiales de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales



de la Universidad de Sevilla indicándose las aulas disponibles para el desarrollo de este título.

Sin embargo, lo indicado en relación a los criterios de accesibilidad universidad es muy escueto. Se indica política activa que la Universidad de Sevilla posee para facilitar la accesibilidad a los edificios e instalaciones universitarias, así como a los recursos electrónicos de carácter institucional.

En el apartado de dotación de recursos materiales y servicios se incluye el software QUANTUM, simulador del proceso de planificación de marketing que será utilizado en alguna materia del título.

Se incluye una relación de las instituciones donde se realizarían las prácticas y se verifican los convenios que respaldan dicha información.

7. Calendario de implantación

Se indica que el título se implantará en el curso académico 2023-24 ofertándose en junio de 2023. El título propuesto es nuevo y no conlleva la extinción de ningún título ya existente.

8. Sistemas Interno de Garantía de la Calidad

Se indica que el SIGC que aplica al título es general de la universidad: el Sistema de Garantía de Calidad de los Títulos oficiales de Grado y Máster de la Universidad de Sevilla (US) se encuentra en su v.5, aprobada en Consejo de Gobierno del 21 de diciembre de 2016. El título está bajo el alcance del SGC del centro que se encuentra acreditado institucionalmente.

En relación a los medios para la información pública, a través del procedimiento '9. Mecanismos para la difusión del plan de estudios, su desarrollo y resultados', cuyo objeto es 'El propósito de este procedimiento es establecer mecanismos para publicar la información sobre el plan de estudios, su desarrollo y sus resultados, con el fin de que llegue a todos los grupos de interés (alumnado, profesorado, personal de administración y servicios, futuros estudiantes, agentes externos, y la sociedad en general).'

Toda la información sobre acceso y admisión a los estudios de la Universidad de Sevilla se encuentra permanentemente actualizada en la dirección: <https://www.us.es/estudiar/acceso-matricula>

Se incluye información a relativa a los sistemas de orientación profesional al estudiantado. Asimismo, se facilita información detallada sobre actividades llevadas a cabo por la Asesoría Psicológica de la Universidad de Sevilla. La Comisión Académica del Máster se encargará



Junta de Andalucía

Consejería de Universidad,
Investigación e Innovación
Agencia para la Calidad Científica
y Universitaria de Andalucía

ID. Ministerio: 4318473

de presentar el máster a los estudiantes y de orientarles académicamente.

En Córdoba, a 03/05/2023

LA DIRECCIÓN

P.S. EL COLABORADOR TÉCNICO DE LA AGENCIA PARA LA
COORDINACIÓN DEL ÁREA DE ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL

(art. 20.3 de los Estatutos aprobados por Decreto 17/2023,
de 14 de febrero. BOJA n.º 39 de 27 de febrero de 2023)

Fdo. : José Gutiérrez Pérez