

Acrómino: GR-2019-2020-003-UEV

Titulación: Grado en Marketing**Campo:** Ciencias Sociales**Universidad:** UEV**Centro de impartición:** Facultad de Ciencias Sociales**Nº plazas:** 60

CRITERIOS DE EVALUACIÓN: Se ruega incluyan comentarios razonados a cada apartado objeto de evaluación

1.- Adecuación del personal docente para impartir el grado o máster a implantar**Directrices a valorar:**

- a) El personal académico previsto para la impartición del título reúne el nivel de cualificación académica requerido para el título y dispone de la adecuada experiencia docente e investigadora
- b) El personal académico previsto es suficiente y dispone de la dedicación adecuada para el desarrollo de sus funciones

Valoración descriptiva:

El personal académico se distribuye en distintas categorías teniendo la mayoría de ellos el grado de doctor y alguna acreditación (en la información proporcionada no se desglosa la categoría) por lo que se deduce que la cualificación es suficiente para la impartición de un grado. Un número suficiente tiene acreditado un nivel de inglés adecuado para la impartición de clase. En la documentación presentada se recoge un programa de formación enfocado a la docencia on-line (blackboard learn, MOOC y temas avanzados) que debe ser un requisito para los profesores a los que se encomiende la docencia de carácter semi-presencial.

Con respecto al número total de profesores y las horas de dedicación al título que se señalan, resulta viable la impartición de dos grupos durante los cuatro cursos (total de 240 ECTS con la asignación habitual de 10 horas de clase/ECTS). Debe señalarse que, de estos 240 créditos, 12 de ellos se corresponden con prácticas externas (que aunque precisan tutorización no necesitan del mismo número de horas de clase) y 6 al TFG. La propuesta hace referencia a un máximo (a partir del tercer año de impartición) de 50 estudiantes de nuevo ingreso en la modalidad presencial y otros 50 semipresencial lo que podría corresponder a dos grupos de tamaño razonable, al margen del tipo de docencia. La carga docente total en términos de horas de clase, y suponiendo que la docencia semi-presencial suponga una actividad docente semejante, puede ser cubierta con la capacidad docente del profesorado.

Excelente (A); Satisfactorio (B); Suficiente (C); Insuficiente (D)

Valoración Criterio 1

B

2.- Adecuación de la oferta de plazas realizada por la universidad, en el título que se solicita implantar, a la demanda de su entorno socio-económico de forma que se evite la sobreoferta de plazas y la duplicidad de costes**Directrices a valorar:**

- a) La oferta de plazas es adecuada a la demanda del entorno socio-económico
- b) Relación entre la demanda y el número de plazas ofertadas en las universidades públicas valencianas en titulaciones idénticas o similares ya implantadas

Valoración descriptiva:

Los conocimientos de marketing son un elemento importante para las empresas de todo tipo. Se trata de una actividad muy dinámica en la que la incorporación de estos conocimientos tiene sentido que sea realizada por profesionales con formación de nivel universitario.

La oferta de plazas planteada (30 plazas de nuevo ingreso en la modalidad presencial y otras 30 en la semipresencial, que subirían a 50 a partir del tercer año) parece una oferta razonable teniendo en cuenta que, según la información

proporcionada por el SIU sólo se ofertan 50 plazas en el centro asociado a la UMH ESIC (y 75 en la UA no recogido en los datos proporcionados por el SIU al haberse comenzado en este curso), existiendo también una oferta en la Universidad Cardenal Herrera-CEU y la propia UEV. En todo caso llama la atención el bajo nivel de cobertura de la oferta (en torno al 60% en la UMH, y en la propia UEV). La existencia de una oferta de plazas de carácter semipresencial y en inglés debe permitir acceder a un mayor número de potenciales estudiantes, por lo que puede considerarse una oferta adecuada.

Excelente (A); Satisfactorio (B); Suficiente (C); Insuficiente (D)

Valoración Criterio 2

B

3.- Grado de inserción laboral de los egresados*Directrices a valorar:*

- a) La tasa de graduación prevista es adecuada de acuerdo con el ámbito temático y la demanda cultural, social y económica
- b) Recursos de la Universidad para favorecer la empleabilidad de los futuros egresados

Valoración descriptiva:

El valor que se plantea para la tasa de graduación (72%) está obtenido a partir de resultados de los títulos semejantes de la propia universidad. Además, este valor se puede considerar razonable para un grado del ámbito de los estudios de economía-empresa. Sin embargo, hay que tener en cuenta que la docencia de carácter semi-presencial puede atraer a estudiantes de un perfil diferente (por obligaciones y compromisos personales o profesionales) que podrían condicionar el resultado a obtener en este u otros indicadores.

Excelente (A); Satisfactorio (B); Suficiente (C); Insuficiente (D)

Valoración Criterio 3

B

4.- Zona de influencia del título, de forma que se mantenga el equilibrio territorial, en cuanto al mapa de las titulaciones, teniendo presente las necesidades de la sociedad valenciana*Directrices a valorar:*

- a) La zona de influencia del título mantiene el equilibrio territorial del mapa de titulaciones
- b) La zona de influencia del título responde a las necesidades de la sociedad valenciana

Valoración descriptiva:

El título se impartiría en València donde sólo existe la oferta de enseñanzas de este título en la Universidad Cardenal Herrera - CEU y la que oferta la propia universidad y la del centro adscrito a la UMH ESIC oferta estos estudios en su campus en València. Desde este curso también se oferta este título por parte de la UA (no recogido en los datos del SIU). Todo ello lleva a pensar que no se generaría un desequilibrio en la distribución de las titulaciones ofertadas dentro de la Comunitat Valenciana.

Por otro lado, el carácter semi-presencial permite acceder a un mayor número de estudiantes al margen de su lugar de residencia.

Finalmente, hay que señalar que las empresas (y las de la Comunitat Valenciana no son una excepción) precisan de profesionales formados en las técnicas del marketing para sus actividades normales y que la oferta formativa de un título especializado de grado no es muy amplia, si bien existen másteres.

Excelente (A); Satisfactorio (B); Suficiente (C); Insuficiente (D)

Valoración Criterio 4

B

OBSERVACIONES:**CALIFICACIÓN GLOBAL:**

FAVORABLE



DESFAVORABLE



El Director General de la AVAP

MIGUEL GINÉS VILAR