FECHA: 31/07/2026

EXPEDIENTE Nº: 8836/2015

ID TÍTULO: 2503391

EVALUACIÓN SOBRE LA PROPUESTA DE MODIFICACIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS

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

CSV: 100786126858918154183098 9 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

El Consejo de Universidades ha remitido a ANECA la solicitud de MODIFICACIÓN del plan de estudios ya verificado de este título oficial, para su evaluación a los efectos del procedimiento de modificación regulado en el Real Decreto 822\2021.

La evaluación de la modificación del plan de estudios se ha realizado de forma colegiada por una Comisión de Evaluación formada por expertos 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.

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.

Por otro lado, también se proponen las siguientes recomendaciones sobre el modo de mejorar el plan de estudios.

RECOMENDACIÓN

CRITERIO 3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD

De cara a la solicitud de futuras modificaciones del título, se recomienda limpiar el texto de la memoria eliminando información no pertinente sobre procesos anteriores de modificación. De esta forma quedaría únicamente la información de la última memoria verificada.

MODIFICACIONES SOLICITADAS

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.

CSV: 100786126858918154183098 9 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Los aspectos considerados en la solicitud de modificación son:

0 - Descripción general

Tras el último Modifica presentado (Informe final de Aneca 29/11/2024) y el reciente Informe Monitor recibido (07/05/2026) se hace necesario introducir nuevas actualizaciones para dar respuesta a varias cuestiones importantes: Plan estratégico de la Facultad de Comunicación, en la que se inserta el Grado en Marketing. - Como parte prioritaria de ese plan se ha apostado por ofrecer una formación optativa transversal a los tres grados que se imparten actualmente en la Facultad (Grado en Periodismo, Grado en Comunicación Audiovisual y Grado en Marketing) y a un cuarto (Grado en Comunicación Corporativa) que ha recibido informe de evaluación favorable de Aneca con fecha 08/06/2026, y que comenzará a impartirse en el curso 2026/27. La citada formación optativa se centra en los siguientes contenidos: Liderazgo digital; Industria de la moda; Creatividad aplicada; Comunicación global estratégica. El Grado en Marketing ya ofrecía contenidos relacionados con los tres primeros pero no con Comunicación global. Por esta razón han tenido que realizarse ajustes, introduciendo los contenidos que no había y acotando la oferta de optatividad a esas temáticas. De esta manera, además, se atiende la recomendación incluida en los informes de Aneca del último Modifica (Informe provisional de fecha 04/10/2024 e Informe definitivo de 29/11/2024) de detallar los contenidos de las temáticas propuestas. Por la misma razón de coherencia con el resto de grados, se reduce el número de créditos de la materia, de 36 a 30 (los mismos que tienen los otros grados de la Facultad). Así, la oferta docente de optatividad anual, que atenderá todas las temáticas propuestas, resulta más sostenible y eficiente, en línea con lo sugerido también por Aneca en los citados informes. Con estas actualizaciones ha sido necesario revisar los RA (incluyendo algunos nuevos y eliminando otros), las AF (ajustando las horas a los nuevos ECTS y a lo previsto en los otros grados) y los SE (revisando ponderaciones) que lleva aparejados la materia Optatividad; e incluir personal académico de las nuevas áreas de conocimiento. Por otra parte, los 6 ECTS optativos de esta materia han pasado a ser obligatorios, incorporándose a la Materia “Análisis de datos” (Módulo 3, Mercados y Clientes) que aumenta de 21 a 27 ECTS. Estos 6 ECTS refuerzan la formación en esta materia con contenidos más avanzados del análisis de datos. - La apuesta por la integración del proyecto formativo de la Facultad contenida en su Plan estratégico también se traduce en una necesaria optimización de procesos y recursos. Esta coordenada ha llevado a asemejar, en la medida de lo posible y respetando las exigencias de cada uno de los grados, la estructura de las pruebas de admisión de todos ellos. Por esta razón, se plantea una modificación del apartado “Requisitos de acceso y procedimientos de admisión”. En el caso del Grado en Marketing, además, y tras la experiencia de 10 años en estos procesos, se ha podido observar que ni la dinámica de grupo ni la entrevista personal constituían instrumentos óptimos de selección, frente a la prueba de aptitud. Por estas

CSV: 100786126858918154183098 9 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

razones, se propone suprimir ambas y centrar el 40% de la calificación en un examen de conocimientos específicos y un comentario sobre un caso de Marketing. El otro 60% continúa correspondiendo a la nota de Bachillerato. - En la línea de adecuar la memoria a la realidad actual de la Facultad de Comunicación se actualiza todo el apartado de recursos materiales, que no había sido revisado desde la primera memoria verificada. Tras las reflexiones realizadas con motivo del proceso Monitor al que se ha sometido el grado recientemente (Informe de seguimiento de Aneca con fecha 07/05/2026) y constatar los desajustes (aunque menores, consolidados en el tiempo) entre el número de plazas ofertadas y el número de estudiantes matriculados, se hace necesario solicitar un aumento del número de plazas. De esta forma, se pasaría de 100 a 105. Este aumento es perfectamente asumible con los recursos docentes y materiales disponibles para el grado. A partir de la entrada en vigor de la Ley 10/2022 de garantía integral de la libertad sexual se obliga a los títulos universitarios relacionados con publicidad a incluir resultados de aprendizaje y contenidos dirigidos a la prevención, sensibilización y formación en materia de violencias sexuales y prestar particular atención a los estereotipos de género. Se ha revisado toda la memoria para dar cumplimiento a este requerimiento incorporando referencias específicas en: Justificación, Objetivos formativos, Resultados de aprendizaje (se han añadido tres relacionados y se ha completado uno), Planificación de las enseñanzas (actualización de contenidos, RA e inclusión del itinerario formativo en materia de prevención de la violencia contra las mujeres y de promoción de la igualdad entre mujeres y hombres.) Se ha aprovechado la modificación para incluir lenguaje inclusivo en toda la memoria, actualizar los convenios de intercambio y sustituir el término ámbito de conocimiento por campo de estudio (incluyendo una corrección de errores en el apartado 4.1).

1.4-1.9 - Universidades, centros, modalidades, créditos, idiomas y plazas

Se ha cambiado la distribución del carácter de los ECTS: se pasa de 129 a 135 obligatorios y de 42 a 36 optativos. Se ha aumentado el número de plazas. El número de plazas máximas de nuevo ingreso en primer curso pasa de 100 a 105 y el número máximo total de plazas ofertadas ha pasado de 400 a 420.

1.10 - Justificación del interés del título

Se ha actualizado, aportando datos recientes y eliminando referencias obsoletas. Se ha añadido información sobre los procesos seguidos con Aneca. Se ha añadido un apartado con el título “Compromiso institucional: educación integral e igualdad de oportunidades”. Se ha añadido una referencia a la LO 10/2022 y los ODS en la información sobre el diseño del plan de estudios.

1.11-1.13 - Objetivos formativos, estructuras curriculares específicas y de innovación

CSV: 100786126858918154183098 9 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

docente

Se ha añadido una referencia directa a cuestiones amparadas específicamente por la LO 10/2022 y el artículo 4.2 del RD 822/2021.

1.14 - Perfiles fundamentales de egreso y profesiones reguladas

Se actualiza el lenguaje inclusivo.

2 - Resultados del proceso de formación y aprendizaje

Se actualiza el resultado de aprendizaje R25 y se añaden tres nuevos (R46, R47, R48) para responder a los requerimientos específicos de la LO 10/2022 y el artículo 4.2 del RD 822/2021.

3.1 - Requisitos de acceso y criterios de admisión

Se corrige terminología, distinguiendo correctamente Requisitos de acceso y Criterios de admisión. Se incluye referencia explícita al RD 534/2024. Se suprime el párrafo que hace referencia al artículo 38 de la LO 2/2006. 3.1.2. Criterios de admisión Se incorpora a este apartado información que estaba incorrectamente situada en el apartado 3.1.1 (Requisitos de “admisión”, ahora de “acceso”). Se simplifica la redacción que contenía información ya prevista en la normativa que regula la admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de grado (RD 534/2024, de 11 de junio). Se actualizan las pruebas de admisión, eliminando la dinámica de grupo y la entrevista personal. Esta última solo se mantiene como fuente complementaria opcional de información, sin que constituya un criterio de admisión. En los criterios de valoración se eliminan los párrafos que hacían referencia a los/las candidatos/as extranjeros puesto que las pruebas de admisión y los criterios de valoración son los mismos, tanto para candidatos/as provenientes de España como del extranjero. Se mejora la redacción de todo el apartado y se clarifica la información.

3.3 - Movilidad de los estudiantes propios y de acogida

Se ha actualizado el listado de convenios, eliminando los que no están vigentes y añadiendo otros nuevos.

4.1 - Estructura básica de las enseñanzas

En el texto de la descripción de la estructura básica de las enseñanzas: - Se ha corregido la distribución de créditos del plan de estudios. - Se han añadido algunos textos relacionados

CSV: 100786126858918154181830989 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

con la actualización de contenidos sobre derechos fundamentales, igualdad de oportunidades y resto de ODS. - Se ha completado la descripción de la Materia Análisis de datos, que ha aumentado de 21 a 27 ECTS). - Se ha añadido una referencia a los nuevos contenidos del Módulo 7, Formación complementaria. En la Tabla 3: - Se han actualizado contenidos relacionados con derechos fundamentales, igualdad de oportunidades y resto de ODS y se han añadido los nuevos RA (R46, R47 y RA48) en las siguientes materias: Módulo 1. CONTEXTOS: Materia Core Curriculum y Materia Contexto histórico, jurídico y deontológico (aquí, además, se ha añadido el R25). Módulo 3. MERCADOS Y CLIENTES: Materia Consumidor Módulo 4. COMUNICACIÓN Y BRANDING: Materia Fundamentos de comunicación Módulo 7. FORMACIÓN COMPLEMENTARIA: Materia Optatividad (aquí, además, se ha añadido el R25). - Se ha actualizado la Materia Análisis de datos (Módulo 3. Mercados y Clientes): aumento de 21 a 27 ECTS, se añade un párrafo con explicación de los nuevos contenidos y se actualizan las horas de las AF a los nuevos ECTS, corrigiendo, además, un desvío presente en la memoria vigente. Los 6 ECTS se han añadido en la distribución temporal del semestre 7. -Se ha hecho un cambio en la distribución temporal de los ECTS de la Materia Consumidor (Módulo 3. Mercados y Clientes): 6 ECTS del semestre 7 pasan al semestre 5. -Se ha actualizado la Materia Optatividad (Módulo 7. Formación complementaria). En concreto: Se han reducido los ECTS que han pasado de 36 a 30. En la distribución temporal, se han eliminado los 6 ECTS del semestre 5. Se ha reelaborado la redacción de los contenidos, simplificando y reduciendo significativamente el texto. Se han añadido contenidos sobre política internacional y marketing inclusivo. Se han eliminado contenidos específicos sobre comunicación corporativa. Se han eliminado los resultados de aprendizaje optativos y se han sustituido por otros más acordes con los contenidos de la materia. Se han ajustado las Actividades Formativas y las horas que tienen asignadas. Se han revisado las ponderaciones de los Sistemas de Evaluación. - Se ha cambiado la denominación ámbito de conocimiento por campo de estudio y corregido algún error. - Se ha cambiado el nombre de la asignatura básica Introducción al Derecho por Introducción al Derecho de Marketing. - A continuación de la Tabla 3 se ha añadido el apartado “Itinerario formativo en materia de prevención de la violencia contra las mujeres y de promoción de la igualdad entre mujeres y hombres”, con información al respecto.

4.2 - Actividades y metodologías docentes

Se actualiza el lenguaje inclusivo.

4.3 - Sistemas de evaluación

Se actualiza el lenguaje inclusivo.

5 - Personal académico y de apoyo a la docencia

CSV: 100786126858918154183098 9 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es

Se ha actualizado la tabla 1 de asignaturas optativas, la tabla 2 (categorías académicas del profesorado por área de conocimiento) y la tabla 3 (Méritos docentes del personal no acreditado por Aneca).

6 - Recursos materiales e infraestructurales, prácticas y servicios

Se ha actualizado este apartado y se ha eliminado información obsoleta.

7.1 - Cronograma de implantación

Se ha actualizado este apartado.

8.2 - Información pública

Se actualiza el lenguaje inclusivo.

DIRECTORA

Pilar Paneque Salgado

CSV: 100786126858918154183098989 - Verificable en https://sede.educacion.gob.es/cid y Carpeta Ciudadana https://sede.administracion.gob.es