

Informe final de evaluación de la solicitud para la verificación de un Título oficial

Denominación del Título	Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social por la Universidad de Cádiz
Universidad solicitante	Universidad de Cádiz
Centro/s	• Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (JEREZ DE LA FRONTERA)
Universidad/es participante/s	Universidad de Cádiz
Rama de Conocimiento	Ciencias Sociales y Jurídicas

La Agencia Andaluza del Conocimiento, ha procedido a evaluar el plan de estudios que conduce al título universitario oficial arriba citado de acuerdo con lo establecido en el artículo 25 del R.D. 861/2010 de 2 de julio, por el que se modifica el R.D. 1393/2007, de 29 de octubre y con el *Protocolo de evaluación para la verificación de Títulos Oficiales*.

La evaluación del plan de estudios se ha realizado por la Comisión de evaluación de la Rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas, formada por expertos nacionales e internacionales del ámbito académico, profesionales del título correspondiente y estudiantes. En caso de que haya sido necesario, en dicha evaluación también han podido participar expertos externos a la Comisión que aportan informes adicionales a la misma.

De acuerdo con el procedimiento, se envió una propuesta de informe a la universidad, la cual ha remitido las observaciones oportunas, en su caso. Una vez finalizado el periodo de alegaciones a dicho informe, la Comisión de Emisión de Informes, en nueva sesión, emite un informe de evaluación FAVORABLE.

No obstante, como resultado de la evaluación, se hace referencia a recomendaciones que la universidad debe tener en cuenta en la implantación del título.

Criterio 4. Acceso y admisión de estudiantes.

Recomendación:

1. Se recomienda incorporar la descripción del procedimiento establecido para llevar a cabo el sistema de reconocimiento y transferencia de créditos que va a ser aplicado en el título.



En Sevilla, a 28/06/2013

Eva Mª Vázquez Sánchez
Directora Gerente