

2 . JUSTIFICACIÓN

El Máster que se propone representa una iniciativa que, al integrar estudios de Comunicación Audiovisual y Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (en concreto del ámbito del desarrollo multimedia, animación y aplicaciones), aporta una visión innovadora y renovadora respecto a la trayectoria académica consolidada en la Universidad de Burgos. En su justificación cabe considerar criterios académicos, científicos y profesionales con amplia proyección en el contexto social y laboral actual.

2.1. Justificación del título propuesto

2.1.1. Interés académico, científico y profesional

El *Máster Universitario en Comunicación y Desarrollo Multimedia*, tiene como principal objetivo “formar especialistas de alto nivel que puedan llevar a cabo una labor profesional en el mundo de la comunicación y el desarrollo multimedia en un entorno de interactividad y convergencia mediática”. Se concibe como una formación de postgrado académico-profesionalizante y se ofertan dos especialidades: “Audiovisual digital” y “Animación y Aplicaciones”.

Por su carácter profesionalizante y altamente especializado, que habilita para la práctica profesional, ofrece una gran relevancia e interés para todas aquellas personas (graduadas o licenciadas) que deseen ejercer una actividad profesional en las industrias de comunicación y/o del entretenimiento, ya sea en el ámbito de la información o del ocio, la programación avanzada, los videojuegos y la animación o las aplicaciones multiplataforma. De ahí que este Máster esté llamado a atender la formación de personas expertas en la comunicación y el desarrollo multimedia con la más alta capacitación académica, científica y profesional.

El nuevo Máster tiene un interés específico para alumnado egresado de los Grados en Comunicación Audiovisual y en Ingeniería Informática. Se trata de la optimización de las sinergias existentes entre dos campos de conocimiento destinados a entenderse en la actual sociedad donde, por una parte, los medios de comunicación y otros discursos audiovisuales están inevitablemente obligados a tender hacia la convergencia mediática, la interactividad y la sustitución del mundo analógico por el digital. Por otro lado, la ingeniería informática ha dejado de ser un espacio netamente técnico para formar parte de la arquitectura, diseño y soporte de la mayoría de ámbitos de conocimiento, entornos laborales y, cada vez más, espacios recreativos, de ocio y entretenimiento.

Desde un punto de vista profesional, el nuevo Máster permitirá al futuro alumnado egresado una especialización, en el campo de la comunicación y el desarrollo multimedia, que constituye claramente un nicho de empleo, tanto en la Comunidad Autónoma de Castilla y León como en el resto del país y, por supuesto, el mundo en general, dado que hoy hablamos de una globalización del conocimiento, específicamente en el sector audiovisual.

En un contexto de profundas transformaciones en el sector audiovisual, el Máster propone una respuesta integral a las nuevas necesidades de formación profesional y a los nuevos paradigmas del sector. Al abordar integralmente la comunicación digital y el desarrollo multimedia, ofrece la capacitación necesaria para realizar proyectos audiovisuales en el marco actual del negocio. La formación abordará todos los aspectos: desde la teoría académica hasta la práctica profesional, desde el audiovisual clásico como el cine o los medios de comunicación hasta los videojuegos y todo el sector multimedia, desde el guión hasta la realización y postproducción, desde la producción hasta la gestión en la empresa. El objetivo de esta formación es integral no es otro que proporcionar una formación de excelencia para el ejercicio profesional, partiendo del impulso creativo e innovador y el uso experto de las últimas técnicas y tecnologías.

La formación que se propone quiere formar estudiantes con un perfil profesionalizador en un campo que evoluciona muy rápidamente y que genera nuevas oportunidades laborales en forma de emprendeduría, de formación de empresas y de puestos de trabajo muy especializados. Con la formación impartida, el alumnado se hará profesional con una base tecnológica sólida en un ámbito puntero y de gran alcance social y económico mediante la especialización en aspectos teórico-prácticos del área como las habilidades para trabajar en un entorno profesional de alto nivel.

Por otra parte, el valor del nuevo Máster se manifiesta y radica en la necesidad de seguir ofreciendo al alumnado universitario la posibilidad de cursar estudios de Posgrado. Todo ello quiere decir que existe tanto demanda social, como trayectoria académica consolidada en la Universidad de Burgos y, finalmente, un contexto de innovación que justifican la propuesta.

La oportunidad del Máster que aquí se presenta se deriva también del hecho demostrado de la carencia de formación específica, como volveremos a destacar más adelante. El Libro Blanco de la Animación en España (2012) recogía que la mayoría de productoras tienen problemas para encontrar personal altamente cualificado y especializado, de forma que es frecuente tener que recurrir a mercados exteriores. Esto quiere decir que existe un importante *gap* formativo a nivel local que el *Máster Universitario en Comunicación y Desarrollo Digital* puede ayudar a paliar pues no existe en la actualidad una formación pública reglada ad hoc para este sector.

2.1.2. Experiencias anteriores en la Universidad

En relación con las experiencias anteriores, hemos de considerar básicamente la vinculación con dos grados que se imparten actualmente (anteriormente licenciaturas) en la propia Universidad de Burgos y para los que es necesario proponer estudios de postgrado específicos y relacionados con sus propios contenidos. Estos Grados se imparten en la Facultad de Humanidades y Comunicación y en la Escuela Politécnica Superior respectivamente.

El Grado en Comunicación Audiovisual es uno de los títulos más jóvenes en la Universidad de Burgos. La Licenciatura previa se implantó en octubre de 2003, tras la publicación en el BOE del 4 de diciembre de 2003 la Resolución Rectoral por la que se aprobaba el Plan de Estudios. Si bien quedaba adscrita a la entonces denominada Facultad de Humanidades y Educación, la falta de espacio físico hizo que se llegara a un acuerdo para que las clases tuvieran lugar en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Posteriormente, en 2015, el título (ya de Grado, al adaptarse al Espacio Europeo de Educación Superior) se adscribiría a la recién creada Facultad de Humanidades y Comunicación, sin que se modificara su ubicación física.

La titulación se puso en marcha con gran éxito de demanda. La primera promoción se licenció en junio de 2007. La demanda, que no ha cesado desde entonces, ha exigido establecer un *numerus clausus* de 89 plazas para el primer curso. Generalmente se reciben unas 600 solicitudes por año para cursar este título.

Elo quiere decir que el presente Máster permitirá culminar la carrera universitaria al alumnado de este Grado, uno de los más exitosos en la Universidad de Burgos, ya que en este momento únicamente podemos ofrecerles el *Máster Universitario en Patrimonio y Comunicación* que, si bien está orientado específicamente a este alumnado (junto a egresados/as del Grado en Historia y Patrimonio) no cumple las expectativas temáticas de aquella parte del alumnado del Grado de Comunicación Audiovisual más interesado por los aspectos puramente tecnológicos o periodísticos y específicamente en el contexto multimedia.

En cuanto al Grado en Ingeniería Informática (antes Licenciatura con el mismo nombre), se implanta en la Universidad de Burgos tras la publicación de la resolución de 7 de febrero de 2011, de la Secretaría General de Universidades, por la que se publica el Acuerdo de Consejo de Ministros de 28 de enero de 2011, por el que se establece el carácter oficial de determinados títulos de Grado y su inscripción en el Registro de Universidades, Centros y Títulos. Recientemente se ha procedido a la implantación progresiva del mismo Grado en modalidad virtual. Se imparte en el campus Río Vena de la Universidad de Burgos.

Estos estudios forman y preparan para asumir tareas de responsabilidad en las organizaciones en la gestión de la información y conocimiento. Su oportunidad en la sociedad actual es evidente: hoy en día la informática acompaña todo el tiempo, en cualquier actividad laboral que vayamos a desempeñar y en nuestro día a día. Por lo tanto, las posibilidades laborales que se abren para esta rama de conocimiento son enormes. Eso explica que, igual que ocurre con Comunicación Audiovisual, se trate de unos estudios altamente comprometidos con la innovación, la actualización de contenidos y las últimas tendencias en mundos tan cambiantes y dinámicos como son el panorama audiovisual, los medios de comunicación de masas, Internet, las tecnologías de comunicación y el propio mundo del entretenimiento.

2.2. Demanda potencial e interés para la sociedad

El sector audiovisual es claramente un ámbito en expansión, tanto en Burgos como en Castilla y León y el resto de España. Aunque las personas egresadas pueden ingresar en el mundo laboral en cualquier punto de la geografía española (e incluso el extranjero) hay que destacar la importancia del panorama audiovisual más cercano, el de la propia provincia de Burgos, que cuenta con presencia de todos los medios de comunicación: prensa, radio, televisión, Internet y productoras audiovisuales que se reparten entre la capital y otras localidades como Miranda de Ebro o Aranda de Duero y que, en conjunto, ofrecen empleo a cientos de personas. Se trata de empresas y grupos de comunicación consolidados e implicados con la sociedad burgalesa y en los que el alumnado de la Universidad de Burgos realiza prácticas tanto curriculares como extracurriculares desde la implantación de estudios específicos de comunicación.

Hay que señalar que, durante los últimos años, se ha producido un considerable incremento en la oferta de trabajo dentro del sector audiovisual. El impulso del sector de la comunicación, la creación y expansión de las empresas, así como el incremento sostenido en el número de profesionales, nos llevan a concluir que el mundo audiovisual se encuentra en un proceso de crecimiento. El Consejo Económico y Social de Castilla y León, en su informe sobre "La relevancia de los Medios de Comunicación en Castilla y León", recoge que la provincia de Burgos cuenta con estas publicaciones periódicas: Diario de Burgos, El Mundo/El Correo de Burgos, El Anunciante Buralés, Diario de la Ribera, Gente en Burgos, diario El Correo (edición Miranda de Ebro), Diario de Miranda, La Voz de Aranda y la Ribera, La Palabra de Burgos, La Voz de Pinares, en la Sierra, y Siete Semanal, en Miranda de Ebro.

La Federación de Asociaciones Empresariales de Burgos, en un profundo estudio sobre los medios de comunicación en la provincia de Burgos, concluyó que las nuevas tecnologías y la agrupación de empresas están transformando el mapa burgalés de la comunicación. La provincia ha asistido, en los últimos años, a la aparición de nuevas emisoras de radio y televisión, diarios, periódicos gratuitos y medios digitales que han ampliado la oferta de la capital y provincia. Además, han ido apareciendo medios que ofrecen contenidos exclusivamente en formato digital, algo de especial relevancia para el Máster que se propone. Están, además, las productoras, entre las que destacan Villafranca, Eurolaser y la arandina Trece Grados.

Las personas egresadas en Comunicación Audiovisual encuentran trabajo en los diferentes medios, agencias y empresas de comunicación burgaleses así como en otras empresas del sector de la comunicación de España. Además, se incorporan a trabajar en gabinetes de comunicación, tanto del sector público como privado, productoras audiovisuales, agencias de publicidad, asesorías de comunicación, centros documentales o empresas de Internet y nuevas tecnologías de la información. La provincia de Burgos, y especialmente la capital, está situada en un lugar estratégico y privilegiado. Bien comunicada y cercana a comunidades como el País Vasco, Navarra, La Rioja, Cantabria o Madrid, constituye un inmejorable polo de atracción económica y social. El dato de convergencia de la provincia de Burgos con la Europa de los 15 (EUR-15) es realmente sobresaliente, lo que demuestra su desarrollo social y económico. El desarrollo constante de la sociedad de la información en Castilla y León contribuye a este impulso sostenido.

Según la Encuesta del programa europeo-nipón CHEERS (*Career after Higher Education: a European Research Study*), otro dato significativo es que la tasa de actividad en España de personas con Licenciatura o Grado en Comunicación alcanza el 90,9% por lo que solo un 9,1% están retirados del mercado laboral o continúan estudiando. Esta cifra indica una óptima inserción laboral a la que sin duda contribuirán los estudios de postgrado que se proponen en este Máster, formación que contribuirá a la especialización de estudiantes destinados a un sector de gran dinamismo.

Si nos fijamos en la otra parte del Máster, esto es el desarrollo multimedia y las aplicaciones, hay que señalar que la animación en España es uno de los sectores audiovisuales con mayor proyección internacional en la actualidad, con mejores estimaciones de crecimiento para los próximos años y altos ratios de exportación. La misma desarrolla y posiciona en el mercado mundial contenidos de una calidad excepcional, gracias al uso de ideas y conceptos globales que le permite cosechar éxitos en los cinco continentes. Los ingresos anuales del sector se han triplicado en la última década, y se prevé que esta tendencia continúe en el futuro. La animación también destaca dentro del sector audiovisual español por su alto ratio de exportación, su elevada aplicación de las nuevas tecnologías y por la generación de *spillovers* en otras industrias.

Por otro lado, múltiples producciones de animación españolas han sido vendidas en más de 170 países y han cosechado premios en todo el mundo, contribuyendo así a la construcción de la Marca España. El *Libro Blanco de la Animación en España* (2012) recoge que en nuestro país hay más de 200 productoras y distribuidoras. Este sector genera un 14% de los empleos en España de las empresas relacionadas con las actividades cinematográficas, de vídeo y programas de televisión. La mayoría de estas empresas realizan actividades innovadoras que contribuyen a mejorar la producción y distribución de sus contenidos. El impacto económico de estas empresas es muy importante: en el año 2011 se estima que obtuvieron en torno a los 306 millones de euros en ingresos. Dado que es un sector en crecimiento, se estima que la cifra, en 2017, alcance los 879 millones de euros.

Además, durante estos años se están poniendo en marcha o se prevé que lo hagan, cerca de un millar de proyectos vinculados al desarrollo de contenidos que incluyen aplicaciones o usos intensivos de técnicas de animación. Se estima, según el referido Libro Blanco, que en 2017 este sector genere un impacto total en la economía española de unos 1.600 millones de euros, un 0,042% de la recaudación tributaria del Estado español. Además, hay que tener en cuenta el factor multiplicador del empleo en el sector, que en España es del 1,7. Esto quiere decir que por cada puesto de trabajo directo se genera un 0,7 de otro empleo en la economía.

En cuanto a las oportunidades de internacionalización, la fragmentación del sector europeo indica que existen oportunidades de negocio en todo el territorio europeo pero también en otras regiones como Asia, Latinoamérica o el Mundo Árabe,

teniendo en cuenta las preferencias de consumo, los incentivos fiscales y los recursos humanos, tecnológicos y logísticos que facilitan la colaboración entre empresas de animación. En general, la animación es una oportunidad de exportación, más allá del público infantil que es el *target* más conocido.

En las tendencias de futuro, hay que destacar que cada vez es más común la coproducción con agentes como fabricantes de juguetes o licenciarios. También se están comenzando a explorar vías de distribución como el vídeo bajo demanda o las plataformas de agregación de contenidos (a veces creadas por las mismas empresas de animación). Los contenidos y el *software* que desarrolla el sector de la animación tienen múltiples usos en disciplinas varias, lo que incluye la traducción de lenguaje de signos a lenguaje escrito mediante la captura de movimiento, la educación, la visualización científica a partir de la simulación, el diseño de productos o la impresión 3D. Destacan la importancia de los contenidos educativos, el 3D estereoscópico, la televisión social, el *transmedia storytelling* o el *licensing digital*. Asimismo es una tendencia la creación de aplicaciones para móviles y *tablets*, especialmente para el público infantil, además de los videojuegos y todo el desarrollo de mundos virtuales para el aprendizaje de diversas disciplinas. Todas estas oportunidades las desarrolla formativamente el Máster que se propone.

Dado que el *Máster Universitario en Comunicación y Desarrollo Multimedia* relaciona la comunicación audiovisual con el desarrollo multimedia, hay que analizar el peso ponderado de la producción y distribución de la animación dentro de la industria audiovisual. De acuerdo a los datos extraídos de la encuesta anual de servicios 2010 realizada por el INE, la animación se aproxima al 8% de los ingresos de la facturación de las empresas que se dedican a actividades cinematográficas, de vídeo y programas de televisión. Las empresas de animación representan el 3% de las compañías que desarrollan y distribuyen contenidos audiovisuales; además generan el 14% de los empleos, lo que denota que es un sector intensivo en recursos humanos (en este caso, cualificados). El sector de la animación tiene un impacto económico adicional que se propaga a otros sectores como ya se ha dicho. Debido a las sinergias que se generan y los *spillovers*. Destaca en este sentido la transferencia de conocimiento a otras industrias, la transversalidad de los recursos humanos para trabajar en la industria de los contenidos digitales, y el potencial de generar valor en los mercados de *retail* a través de las marcas de animación.

La oportunidad del Máster que aquí se presenta se deriva también del hecho demostrado de la carencia de formación específica. El Libro Blanco recoge que la mayoría de productoras tienen problemas para encontrar personal altamente cualificado y especializado, de forma que es frecuente tener que recurrir a mercados exteriores. Esto quiere decir que existe un importante *gap* formativo a nivel local que el *Máster Universitario en Comunicación y Desarrollo Digital* puede ayudar a paliar pues en 2012 no existía una formación pública reglada ad hoc para este sector y solo algunas universidades han empezado a diseñar títulos de posgrado que aborden esta temática, generalmente no de forma específica. Todos los centros formativos existentes con enseñanzas exclusivas en animación eran privados según el Libro Blanco en el año citado. Una de las consecuencias de esta ausencia de estudios en animación reglados se refleja en el precio elevado de los programas que existen en España, pudiendo alcanzar tasas anuales de 12.000 euros o superiores. El consenso de una enseñanza reglada facilitaría el acceso a más personas interesadas en formarse en este campo y se establecerían una serie de requisitos –tanto técnicos como artísticos– para el ingreso en el centro formativo.

En efecto, el talento y la alta cualificación de los recursos humanos es un punto clave para el crecimiento de la industria de Animación en España. El acceso al capital humano es uno de los principales factores que consideran las empresas extranjeras para localizar sus operaciones en nuevos territorios. Los incentivos fiscales y las ayudas gubernamentales son insuficientes para el adecuado desarrollo

de la industria: es importante que exista una fuerza laboral talentosa y para ello se hace necesario ofrecer formación de calidad.

De acuerdo al análisis previo, existe una oportunidad para ofertar programas formativos innovadores dirigidos perfiles del sector de la animación, considerando las necesidades actuales de las empresas. Como se ha dicho, las empresas de animación, a la hora de contratar perfiles que han finalizado recientemente su formación, se encuentran con un importante *gap* formativo a nivel artístico, principalmente, puesto que muchos programas se centran en enseñar el funcionamiento de las herramientas tecnológicas, a pesar de que las mismas cambian continuamente y se aplicarán una u otras dependiendo del estudio de animación en el que se trabaje. Olvidan las bases del diseño y la creación artística, lo que dificulta cumplir tareas en el ambiente laboral. Estas carencias se han tenido en cuenta a la hora de diseñar el Plan de Estudios del Máster que aquí se propone.

2.3. Descripción de los procedimientos internos y externos utilizados para la elaboración del Plan de Estudios

El Decano de la Facultad de Humanidades y Comunicación y el Director de la Escuela Politécnica Superior acordaron, en el mes de noviembre de 2015, empezar los trabajos para el diseño de un nuevo título de Máster, adaptado al Espacio Europeo de Educación Superior, que permitiese acceder a estudios de posgrado al alumnado procedente de sus títulos. Para elaborar el Plan de Estudios se constituyó un Grupo de Trabajo integrado por profesorado del Grado en Comunicación Audiovisual (Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad) y del Grado en Ingeniería Informática (Área de Lenguajes y Sistemas Informáticos), la coordinación de ambos títulos y los vicedecanatos y direcciones de área correspondientes. Tras la realización de las reuniones iniciales, se procedió a elaborar el documento técnico, con la colaboración de profesorado con amplia experiencia docente e investigadora de ambos títulos.

En la elaboración de la Memoria se han tenido en cuenta las *Directrices Generales para el Diseño de Títulos Oficiales* y las *Directrices Específicas para el Diseño de Títulos Oficiales de Máster y de Doctor* adaptados al Espacio Europeo de Educación Superior aprobadas por los órganos de gobierno de la Universidad de Burgos. Asimismo, se han tenido en cuenta la *Resolución de 16 de julio de 2009 de la Dirección General de Universidades sobre diversos aspectos relativos a las enseñanzas de Máster y Doctorado en la nueva ordenación universitaria* y la *Resolución de 29 de diciembre de 2008, de la Dirección General de Universidades, por la que se establece el procedimiento para la verificación de enseñanzas oficiales de Doctorado*.

Siguiendo las recomendaciones de la ANECA, los aspectos más destacados de la Memoria se han consultado con instituciones, organizaciones y personas expertas, habiéndose recogido diferentes sugerencias y aportaciones. También se ha pulsado la opinión de profesorado de otras universidades que desarrollan programas afines. En este sentido, se han tomado como referencia másteres impartidos en otras instituciones de educación superior. En concreto se han consultado las siguientes fuentes:

1. Máster Universitario en Comunicación Audiovisual para la Era Digital. Universidad Complutense de Madrid.
2. Máster Universitario en Patrimonio Audiovisual, Historia, Recuperación y Gestión. Universidad Complutense de Madrid.
3. Máster Universitario en Comunicación e Industrias Creativas. Universidad de Santiago de Compostela.
4. Máster Universitario en Comunicación Multimedia. Universidad del País Vasco.
5. Máster Universitario en Animación. Universidad Pompeu Fabra.
6. Máster en Animación Digital. Universidad de Salamanca.

7. Máster Universitario en Animación, Arte Digital y Videojuegos. Universidad Politécnica de Cataluña.
8. Máster Universitario en Archivos, Gestión de Documentos y Continuidad Digital. Universidad Carlos III de Madrid.
9. Máster en Creación de Videojuegos. Universidad Autónoma de Barcelona.
10. Máster en Creatividad Estratégica en Información Audiovisual. Universidad Autónoma de Barcelona.

Además, la Universidad de Burgos, en sus Directrices Generales para el Diseño de los Títulos Oficiales Adaptados al EEES, establece una serie de procedimientos de consulta y revisión internos que garantizan el acceso de la comunidad universitaria a las propuestas de nuevos títulos de grado y su derecho a realizar las aportaciones que estime convenientes; así, los Centros de la Universidad de Burgos que pretendan solicitar la verificación de un título oficial deberán cumplir las siguientes etapas:

1°. Solicitar dicha intención por escrito al Vicerrector de Ordenación Académica y Espacio Europeo. El título correspondiente debe estar aprobado por la Comisión Académica del Consejo de Universidades de Castilla y León.

2°. Una vez recibida la autorización correspondiente por parte del Vicerrectorado de Ordenación Académica y Espacio Europeo, el Decano/Director del Centro o el Coordinador de la Titulación podrán registrarse en la aplicación telemática de la ANECA <https://pdc.mec.es/verifica> por vez primera para obtener las credenciales de acceso.

3°. Elaborar la memoria de solicitud de verificación de acuerdo al anexo I del RD 1393/2007, la normativa específica elaborada por la ANECA y las instrucciones internas incluidas en los apartados anteriores obviamente esta memoria puede empezar a elaborarse antes del registro en la aplicación electrónica de la ANECA).

4°. Durante el proceso de elaboración de la memoria de verificación, el Vicerrectorado de Calidad y Acreditación facilitará los datos necesarios comunes para todas las titulaciones y específicos de cada una de ellas y organizará el apoyo básico para garantizar el cumplimiento de los requisitos de calidad y acreditación necesarios.

5°. Antes de su consideración por la Junta de Centro, la memoria deberá recibir informe de calidad favorable emitido por el Vicerrectorado de Calidad y acreditación.

6°. Una vez que la memoria esté finalizada, ésta deberá ponerse a disposición de todos los Departamentos de la Universidad, cuyos Consejos podrán informar sobre la misma (si así lo estiman conveniente) en un plazo no superior a 7 días lectivos. En caso de informe desfavorable, el Consejo de Departamento deberá emitir justificación razonada del mismo.

7°. Transcurrido el plazo indicado en el párrafo anterior, la Junta de Centro deberá aprobar la memoria del título junto a los recursos humanos necesarios y disponibilidad de los mismos y el informe económico según modelo de la Junta de Castilla y León. En el caso de que algún Departamento emita informe desfavorable, éste deberá incorporarse al expediente que se remita al Consejo de Gobierno.

8°. Una vez aprobados en el Centro, el informe económico y la memoria deberán remitirse al Vicerrector de Ordenación Académica y Espacio Europeo, que someterá ambos documentos a información pública de la comunidad universitaria.

9°. La Comisión de Docencia de la Universidad de Burgos informará al Consejo de Gobierno sobre la conveniencia o no de aprobación de la memoria. Dicha Comisión podrá proponer al Centro acciones de mejora del plan para su consideración.

10°. La memoria, los recursos humanos y el informe económico serán evaluados por la Comisión de Planificación de Titulaciones adaptadas al EEES, que emitirá informe analítico de acuerdo a las consideraciones indicadas en el apartado 3.2 de estas instrucciones.

11°. La memoria y el informe económico evaluados por la Comisión de Planificación de Titulaciones adaptadas al EEES serán remitidos al Consejo de Gobierno. En caso de no aprobarse, se devolverán al Centro con las consideraciones oportunas.

12°. La memoria junto a los recursos humanos y el informe económico serán remitidos a la Dirección General de Universidades e Investigación de la Junta de Castilla y León.

13°. Recibido informe favorable de la mencionada Dirección General, la memoria será remitida al Consejo de Universidades para su verificación.

14°. Consideradas, en su caso, posibles recomendaciones de mejora de la ANECA, y tras verificación positiva del Consejo de Universidades, la memoria de diseño del título será remitida al Consejo de Gobierno, al Consejo Social y a la Junta de Castilla y León para su aprobación definitiva.