

2. JUSTIFICACIÓN

2.1. JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO PROPUESTO, ARGUMENTANDO EL INTERÉS ACADÉMICO, CIENTÍFICO O PROFESIONAL DEL MISMO.

Los estudios universitarios en Marketing proporcionan una formación apoyada en bases científicas y con una clara orientación profesional en los aspectos básicos y aplicados de esta disciplina. El desarrollo de la dirección de Marketing así como de instituciones públicas y privadas, requiere profesionales cualificados, y esta cualificación se obtiene cursando un conjunto de materias que aportan los conocimientos específicos y las habilidades propias de la dirección de Marketing de las empresas. En este sentido, la combinación de estas materias es la que configura el Grado en Marketing.

En general, el interés académico, científico, profesional y laboral de un Grado en Marketing ha sido subrayado en el "Informe sobre el proceso de transformación de ITM en grado/posgrado", elaborado por la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK, 2009), que destaca las siguientes razones para la creación de este grado: i) el Marketing puede entenderse como un área de conocimiento que ha alcanzado entidad y amplitud suficiente para iniciar su andadura independiente del tronco común de la Economía de la Empresa; ii) la importancia creciente del Marketing en todo tipo de organizaciones (lucrativas y no lucrativas) se está traduciendo en una demanda social de estudios de grado; iii) el Marketing y los aspectos comerciales abarcan un amplio espectro de puestos de trabajo muy demandados; iv) los estudios de Marketing pueden verse como especialización y como aspectos generales para el inicio de la vida laboral en el ámbito empresarial y comercial; y v) en Europa ya están funcionando titulaciones de grado con una clara orientación hacia el Marketing.

A continuación, se argumentan todos estos aspectos de una forma pormenorizada para la propuesta de Grado en Marketing de la Universidad de Alicante.

2.1.1. INTERÉS CIENTÍFICO.

Esta propuesta de Grado en Marketing se apoya en la aportación al conocimiento del Marketing como disciplina científica y ha sido concebida como una enseñanza dirigida a las demandas sociales y profesionales.

El Marketing se puede definir como una ciencia del comportamiento que trata de investigar las relaciones de intercambio. Su ámbito de estudio viene referido tanto a las transacciones comerciales de productos y servicios, como las de bienes o entidades. En la medida en que las tareas que comprende el Marketing están íntimamente ligadas a todo sistema económico basado en el intercambio, y los procesos de intercambio están transformándose, el concepto y contenido de esta disciplina están constantemente en evolución.

Desde una perspectiva científica e investigadora, los estudios de Grado en Marketing tienen un gran interés porque permiten acceder a cursos de posgrado que posibilitan desarrollar las habilidades investigadoras en este ámbito con el fin de avanzar en el conocimiento de esta disciplina.

2.1.2. INTERÉS ACADÉMICO.

El Grado en Marketing ha sido planteado por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Alicante, considerando la experiencia acumulada en el actual Grado en Administración y Dirección de Empresas, el actual Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, así como en la anterior Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas y en la anterior Diplomatura en Ciencias Empresariales. Los siguientes datos muestran el elevado grado de aceptación de los estudios de empresas: las cifras de 1891 alumnos matriculados en Administración y Dirección de Empresas y de 1073 alumnos matriculados en Publicidad y Relaciones Públicas en el curso 2015-2016 son, sin lugar a dudas, las de mayor relevancia en el conjunto de la Universidad de Alicante.



Cabe mencionar a este respecto la trayectoria de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Alicante. Esta Facultad tiene su origen en 1850 como Escuela Superior de Comercio de Alicante. En 1972 la Escuela de Comercio se transforma en Escuela Universitaria de Estudios Empresariales dependiente de la Universidad Literaria de Valencia. Tras la creación de la Universidad de Alicante, la Escuela Universitaria pasó a depender de la misma. Y posteriormente se integró en la actual Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Durante todos estos años ha contribuido firmemente a la formación de especialistas al servicio de la empresa alicantina y a la promoción profesional de sus titulados.

Otro aspecto de relevancia es el avance y progresión de los estudios de Marketing en España. Aunque la presencia de materias que tratan sobre comercio y Marketing en el sistema universitario español se produce en 1973, en la actualidad la presencia de estudios de Marketing es muy destacada, tal como se observa en el gran número de universidades donde se imparte (ver el epígrafe 2.2 de esta Memoria). Su período de mayor desarrollo se produce a partir de 1993 con la reforma de los nuevos planes de estudio, que implicó el reconocimiento como materia troncal del Marketing en la Licenciatura de Administración y Dirección de Empresas y en la Diplomatura en Ciencias Empresariales (titulaciones que fueron implantadas en la Universidad de Alicante), así como las posteriores implantaciones de la titulación de 2º ciclo de la Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercados y de la titulación de Grado en Marketing. Todo ello ha generado un incremento de las materias de Marketing obligatorias y optativas y, por tanto, del número de profesores en este campo.

Finalmente, el Grado en Marketing ha sido planteado por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Alicante, considerando la experiencia acumulada en la oferta de postgrado de dicha Facultad, que permite abordar con garantías la nueva titulación del Grado en Marketing. En particular, la Universidad de Alicante posee una experiencia notable obtenida a través de la impartición de los siguientes títulos de postgrado relacionados con el Marketing:

- El Máster Oficial Interuniversitario en Marketing e Investigación de Mercados (90 créditos ECTS), impartido conjuntamente por la Universidad de Alicante, Universidad Jaume I de Castellón, Universidad de Valencia y Universidad Politécnica de Valencia en los cursos 2007-2008, 2008-2009 y 2009-2010.
- El Máster Oficial en Comunicación e Industrias Creativas, que viene impartiendo la Universidad de Alicante en los cursos 2011-2012, 2012-2013, 2013-2014, 2014-2015, 2015-2016 y 2016-2017.
- El Título Propio Interuniversitario de Máster en Dirección Comercial y Marketing, impartido conjuntamente por la Universidad de Alicante, Universidad Carlos III de Madrid, Universidad Autónoma de Barcelona y Grupo Santillana en los cursos 2004-2005, 2005-2006, 2006-2007, 2007-2008, 2008-2009, 2009-2010 y 2010-2011.
- El Programa de Estudios Propios (PEP) en Marketing (<https://web.ua.es/es/continua/oferta-titulos-propios/oferta-titulos-propios-16-17.html>), que viene impartiendo hasta la fecha (cursos 2014-2015, 2015-2016 y 2016-2017) la Universidad de Alicante y en el que participa el Departamento de Marketing, el Departamento de Organización de Empresas, el Departamento de Sociología II, el Departamento de Comunicación y Psicología Social y el Departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos. Este PEP está integrado por los siguientes cinco Títulos Propios: i) Máster en Marketing (60 créditos ECTS); ii) Experto en Redes Sociales, Estrategia y Comunicación Digital (20 créditos ECTS); iii) Experto en Marketing digital y e-commerce (20 créditos ECTS); iv) Experto en Dirección Comercial y Ventas (20 créditos ECTS); y v) Experto en Marketing de la moda (20 créditos ECTS). El objetivo del PEP en Marketing es proporcionar a los alumnos las habilidades necesarias para desarrollar su carrera profesional en el ámbito del Marketing y, en particular, en las Redes sociales, en Marketing digital y e-commerce, en la Dirección comercial y ventas, así como en el sector de la moda.

Por otro lado, resulta pertinente la oferta de un Grado en Marketing en el contexto del sistema universitario de la Comunidad Valenciana, habida cuenta que aunque en la actualidad se imparte ofertado por dos Universidades Privadas (Universidad Europea de Valencia y Universidad Cardenal



Herrera), solo una de las cinco universidades públicas valencianas oferta un Grado relacionado con el Marketing (la Universidad Miguel Hernández de Elche) y, además, se imparte en centro adscrito (la Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing –ESIC Valencia-), ubicado en la ciudad de Valencia.

2.1.3. INTERÉS PROFESIONAL.

Desde el ámbito formativo y profesional, un Grado en Marketing tiene un gran interés porque las organizaciones necesitan especialistas que sepan entender y gestionar el entorno empresarial y la situación del mercado para descubrir las oportunidades que ofrece y lo que demanda su público objetivo. Este es un hecho que queda patente tanto en el creciente desarrollo de los Departamentos de Marketing y de Dirección Comercial de las empresas medianas y grandes, como en la situación cada vez más próxima de estos departamentos a la Dirección general en el organigrama de todo tipo de organización. Asimismo, el Marketing y la Investigación de Mercados son elementos claves para la dirección y gestión de todas las empresas e instituciones públicas o privadas. Finalmente, la importancia actual de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la sociedad y en las empresas, requiere de profesionales que exploten eficazmente los datos para ser analizados en los procesos de toma de decisión.

Desde una perspectiva social, el papel que el Marketing desempeña en la sociedad actual lo convierte en un ámbito de estudio de gran utilidad no solo para aquellos interesados en una carrera profesional en el mundo de los negocios, sino también para cualquier interesado en la comprensión de las vías por las que la actividad empresarial influye en el futuro de las sociedades contemporáneas.

En esta línea han aparecido numerosas asociaciones profesionales, académicas y empresariales para fomentar la actividad de Marketing, entre las que destacan las siguientes: European Society for Opinion and Marketing Research (ESOMAR), Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión (AEDEMO), American Marketing Association (AMA), Academy of Marketing Science (AMS), Association for Consumer Research (ACR), American Academy of Advertising (AAA), Society for Consumer Psychology (SCP), European Association for Education and Research in Commercial Distribution (EAERCD), Product Development Management Association (PDMA), y Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK), entre otras.

2.1.4. INTERÉS PARA EL MERCADO LABORAL: DATOS DE LA DEMANDA POTENCIAL DEL TÍTULO.

El criterio de la empleabilidad es fundamental para justificar el interés social del Grado en Marketing. La demanda de formación en Marketing queda reflejada en el estudio titulado “Las demandas sociales y su influencia en la planificación de las titulaciones en España en el marco del proceso de convergencia europea de educación superior” (2004), realizado en el ámbito de Programa de Estudios y Análisis de la Dirección General de Universidades del Ministerio de Educación y Ciencia, por la Fundación Universidad-Empresa de Madrid. Destaca que el área comercial de la empresa es una de las preferidas por los recién titulados para desarrollar su actividad profesional. De hecho, la segunda área funcional preferida es el área Comercial, Ventas y Marketing, con un 25% de los titulados que la prefieren.

Pero lo más importante es comprobar que las demandas empresariales solicitan un número elevado de profesionales en este campo. Por un lado, las salidas profesionales de los graduados y graduadas en Marketing forman un amplio abanico de posibilidades laborales. Entre las principales salidas profesionales de esta titulación destacan las relacionadas con: Dirección de Marketing (director de Marketing, responsable de dirección estratégica de Marketing, gerente de producto, gerente de marca, gerente de atención al cliente, consultoría de Marketing), Investigación comercial (responsable de proyectos de investigación de mercados, analista de bases de datos de Marketing, consultor y analista de investigación de mercados, analista en inteligencia de mercados), canales de distribución (gerente de categorías, dirección de “trade Marketing”, responsable de logística, responsable de



centro comercial, especialista en canales de distribución), dirección de la comunicación integrada en Marketing (responsable de comunicación de Marketing y experto en comunicación de Marketing), Marketing global (analista de mercados globales, director de exportación, responsable de desarrollo internacional del negocio), dirección comercial (director comercial, delegado comercial, técnico comercial, inspector de ventas, jefe de ventas), Marketing digital y comercio electrónico (técnico de Marketing en línea, responsable de Marketing en línea, director de CRM), emprendimiento (emprendedor, asesoría de emprendedores) y docencia e investigación (enseñanza reglada y no reglada, centros de investigación). Estas ocupaciones de los titulados y tituladas en Marketing se encuentran tanto en el sector público como en el privado, y ya sea a nivel local, regional, nacional o internacional. Cabe destacar que las salidas profesionales con mayor demanda son las de la empresa privada en general y, en sus diferentes especializaciones, en particular.

Por otro lado, esta elevada demanda empresarial es mostrada por varios informes, como el "Informe Infoempleo" de la Consultora de Recursos Humanos ADECCO (2015), que indica que la función comercial de la empresa es la que lidera la generación de oferta de empleo en España, con un 48,20% de la oferta total. Además, las carreras del área jurídico-social suponen un 30% del volumen de ofertas para titulados universitarios en 2015, siendo las de Comercio y Marketing las terceras más demandadas en el mercado laboral de nuestro país con un 4,54%. Del mismo modo, el Informe del Mercado de Trabajo Estatal (2016), elaborado por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, señala un amplio número de ocupaciones relacionadas con la comercialización y ventas, entre las que destacan las de carácter directivo, donde los directores comerciales y de ventas son el subgrupo de mayor contratación (8.395 contratos) dentro del grupo de direcciones y gerencias (42.195 contratos), con el 19,80% de los contratos. Centrándonos en el mercado de trabajo valenciano, también se puede comprobar la elevada demanda de puestos vinculados al área comercial de la empresa. El informe ADECCO (2015) señala que el área funcional comercial es la mayor generadora de empleo en la región, aglutinando el 48,6% del total de ofertas. Asimismo, las carreras del área de Comercio y Marketing son las terceras más demandadas en el mercado laboral de la región, representando un 5,13% de la oferta total de empleo y un 1,99% de la oferta de empleo para titulados universitarios.

Finalmente, desde la perspectiva de la vinculación de la propuesta de Grado en Marketing con las características socioeconómicas de la zona de influencia del título, es reseñable que la provincia de Alicante está caracterizada por un extenso tejido empresarial en el que la pequeña y mediana empresa cobra un papel preponderante, lo que implica la existencia de una demanda de estudios de Marketing que este título debe satisfacer. En concreto, la provincia de Alicante ocupa la cuarta posición a nivel nacional en cuanto a generación de empresas. En esta provincia existe una amplia representación de los diferentes sectores económicos, con un crecimiento constante de los sectores terciarios vinculados a los productos y servicios de alto valor añadido, pero manteniendo, al mismo tiempo, importantes industrias caracterizadas por una gran propensión exportadora. Por tanto, se ha conformado un espacio económico de gran dinamismo, con excelentes dotaciones y altamente competitivo, convirtiéndose en un foco de atracción para la inversión extranjera y nacional. Este entorno productivo y de servicios demanda, por consiguiente, profesionales formados en aspectos de Marketing capaces de incorporarse a los puestos directivos y gerenciales de las principales empresas e instituciones del entorno, así como consultores de la gran mayoría del tejido empresarial que necesita de graduados en Marketing para poder gestionar sus empresas, cumplir sus obligaciones y administrar sus recursos de la forma más eficiente posible.

El grado en Marketing que se propone, pretende dar una formación básica y aplicada que permita acceder en las mejores condiciones posibles a cualquier de las diversas salidas profesionales para las que capacitan los estudios de Marketing.



2.2. REFERENTES EXTERNOS A LA UNIVERSIDAD DE ALICANTE QUE AVALEN LA ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA A CRITERIOS NACIONALES O INTERNACIONALES PARA TÍTULOS DE SIMILARES CARACTERÍSTICAS ACADÉMICAS.

Para elaborar el plan de estudios del Grado en Marketing se han utilizado los siguientes referentes externos (por orden alfabético), los cuales se han tenido en cuenta como punto de partida tanto para ajustar esta Memoria a las exigencias de calidad de los grados universitarios, como para plantear para las dos dimensiones básicas de la estructura del grado, como son la distribución de materias y asignaturas (con atribución de créditos) y su correspondiente secuenciación temporal:

- Informe “Empleabilidad y formación universitaria”, Infoempleo, 2007.
- Informe “Los economistas ante el espacio europeo de educación superior. Análisis desde la experiencia y determinaciones de las necesidades futuras”, editado por el Consejo General de Colegios de Economistas, febrero 2008.
- Informe “Reflex sobre el profesional flexible en la Sociedad del conocimiento”, ANECA, 2007.
- “Informe sobre el proceso de transformación de ITM en grado/posgrado”, elaborado por la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK), 2009.
- Informe “Una Universidad al servicio de la sociedad”, Círculo de Empresarios, 18 de diciembre de 2007.
- Informes “Tuning Educational Structures in Europe” (versiones de 2005 y 2006).
- Libro blanco del título de Grado en Economía y en Empresa de ANECA.
- Líneas generales establecidas por ANECA a través de su Guía de Apoyo para la elaboración de la Memoria de Verificación de los Títulos Oficiales Universitarios.
- Planes de estudio de Grado en Marketing que actualmente se imparten en universidades públicas y privadas españolas.
- Proyecto de Adaptación de LITM a las directrices del EEES, 2005.
- Resultados del proyecto UEConverge, elaborado por la Fundación Universidad Empresa, 2008.

Asimismo, se ha dado especial relevancia a los referentes externos internacionales, tomando como punto de partida las universidades en Europa y en el resto del mundo que ofertan un Grado en Marketing. En concreto, del conjunto de universidades que tienen implantado el Grado en Marketing, y que se detallan más abajo, se han tomado como principales referentes externos a ciertas universidades del mundo anglosajón, como Durham University (<https://www.dur.ac.uk/courses/info/?id=9033&title=Marketing&code=N501&type=BA&year=2016>), University of Southampton (<https://www.sbs.ac.uk/undergraduate/bsc-Marketing-placement>), Newcastle University (<http://www.ncl.ac.uk/undergraduate/degrees/n500/#courseoverview>), Birbeck University of London (http://www.bbk.ac.uk/study/2016/undergraduate/programmes/UUBSMKTG_C/), Oregon State University (<http://business.oregonstate.edu/Marketing>) y Plymouth University (<https://www.plymouth.ac.uk/courses/undergraduate/bsc-Marketing>).

Estas seis universidades destacan porque ~~Entre ellas destacan las siguientes universidades que se encuentran entre las 300 mejores del mundo (según *The Times Higher Education World University Rankings 2015-2016*, véase <https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2016>).~~ Por lo tanto, los Grados en Marketing de estas seis universidades han sido utilizados para desarrollar algunos objetivos del grado, establecer la estructura del mismo, plantear las asignaturas obligatorias, optativas y su metodología de enseñanza, así como para reconocer la importancia de los aspectos internacionales y del ámbito digital.

Cabe destacar también las siguientes universidades en Europa en el ámbito de los estudios de Marketing vigentes en el EEES:

- 1) Universidades del Reino Unido:
 - University of Leeds: Bachelor Management with Marketing



<http://webprod1.leeds.ac.uk/banner/dynprogrammes.asp?P=BA-MNGT%2FMK>

- Kingston University of London: Marketing Management Bachelor (Honors)

<http://www.kingston.ac.uk/Marketing/>

- University of Strathclyde: Marketing Bachelor (Honors).

<http://www.strath.ac.uk/Marketing/prospectivestudents/honoursMarketing/coursestructure/>

- University of Huddersfield: Marketing Bachelor (Honors).

<http://www2.hud.ac.uk/courses/undergrad/00000381.php>

2) Universidades de Dinamarca:

- Aarhus University: Bachelor in Marketing and Management Communication.

<http://www.asb.dk/article.aspx?pid=2582>

Copenhagen Business School.

3) Universidades de Italia, donde la mayoría de sus títulos se denominan "Economia e Commercio":

- Università degli Studi di Firenze
- Università degli Studi di Modena
- Università degli Studi di Torino
- Libera Università Maria S.S. Asunta di Roma
- Universidad de Milano-Bicocca

4) Universidades de Portugal, que ofertan "Bacheleratos" de Estudios Superiores de Comercio:

- Universidade da Coimbra

5) Universidades de Alemania:

- Universität Mannheim
- Westfälische Wilhelms Universität Münster
- Hochschule Furtwangen University

6) Universidades de Bélgica:

- Universiteit Antwerpen

7) Universidades de Finlandia:

- Jyväskylä University

8) Universidades de Francia:

- Université Jean Moulin Lyon III
- INSEEC Paris
- École Supérieure de Commerce de Bordeaux
- Escuela de Negocios CERAM de Niza
- Grand École Saint Etienne.

9) Universidades de Holanda:

- HAN University of Applied Sciences (Arnhem)



10) Universidades de Irlanda:

- Quinn School of Business

11) Universidades de Islandia:

- Háskóli Islands (Reykjavik)

12) Universidades de Polonia:

- University of Lodz
- Leon Kozminski Academy of Entrepreneurship and Management

13) Universidades de Suecia:

- Göteborg University
- Växjö University. Högskolan I Skövde

Respecto a las universidades españolas que tienen implantado el Grado en Marketing, y que se enumeran a continuación, se han tomado como referentes externos a las Universidades de Zaragoza, Granada, Sevilla, Valladolid y País Vasco. Los Grados en Marketing de estas universidades han sido utilizados para desarrollar los objetivos del grado, determinar algunas competencias, fijar las asignaturas obligatorias, optativas y prácticas en empresas e instituciones (y sus créditos), establecer los contenidos de las asignaturas de 3º y 4º curso, así como para reconocer la importancia de las asignaturas de Marketing relacionadas con el ámbito digital.

1) Universidad Alfonso X El Sabio (www.uax.es):

- Grado en Dirección Comercial y Marketing

2) Universidad Antonio de Nebrija (www.nebrija.com):

- Grado en Lenguas Aplicadas a la Comunicación y al Marketing
- Grado en Marketing y Comunicación Comercial por la Universidad Antonio de Nebrija

3) Universidad a Distancia de Madrid (www.udima.es):

- Grado en Marketing por la Universidad a Distancia de Madrid

4) Universidad Cardenal Herrera – CEU (www.uchceu.es):

- Grado en Marketing por la Universidad Cardenal Herrera-CEU

5) Universidad de Almería (www.ual.es):

- Grado en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Almería

6) Universidad de Cádiz (www.uca.es):

- Grado en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Cádiz

7) Universidad de Girona (www.udg.edu):

- Grado en Marketing por la Universidad de Girona

8) Universidad de Granada (www.ugr.es):

- Grado en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Granada

9) Universidad de León (www.unileon.es):

- Grado en Marketing e Investigación de Mercados (MIM) por la Universidad de León

10) Universidad de Málaga (www.uma.es):

- Grado en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Málaga

11) Universidad de Murcia (www.um.es):

- Grado en Marketing por la Universidad de Murcia

12) Universidad de Navarra:

- Grado en Marketing por la Universidad de Navarra

13) Universidad de Oviedo (www.uniovi.es):



- Grado en Comercio y Marketing por la Universidad de Oviedo
- 14) Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea (www.ehu.es):
 - Grado en Gestión y Marketing Empresarial por la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea
 - Grado en Marketing por la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea
- 15) Universidad de Sevilla (www.us.es):
 - Grado en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Sevilla
- 16) Universidad de Valladolid (www.uva.es):
 - Grado en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Valladolid
- 17) Universidad de Vic-Universidad Central de Catalunya:
 - Grado en Marketing y Comunicación Empresarial por la Universidad de Vic-Universidad Central de Catalunya
 - Grado en Publicidad, Marketing y Relaciones Públicas por la Universidad de Vic-Universidad Central de Catalunya
- 18) Universidad de Zaragoza (www.unizar.es):
 - Grado en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Zaragoza
- 19) Universidad Europea de Canarias:
 - Grado en Marketing y Dirección Comercial por la Universidad Europea de Canarias
- 20) Universidad Europea de Madrid:
 - Grado en Marketing y Dirección Comercial por la Universidad Europea de Madrid
- 21) Universidad Europea de Valencia:
 - Grado en Marketing y Dirección Comercial por la Universidad Europea de Valencia
- 22) Universidad Francisco de Vitoria (www.ufv.es):
 - Grado en Marketing por la Universidad Francisco de Vitoria
- 23) Universidad Internacional de La Rioja:
 - Grado en Marketing y Comercialización Internacional por la Universidad Internacional de La Rioja
- 24) Universidad Miguel Hernández de Elche (www.umh.es):
 - Grado en Gestión Comercial y Marketing por la Universidad Miguel Hernández de Elche
- 25) Universidad Politécnica de Catalunya (www.upc.edu):
 - Grado en Marketing y Comunicación Digital por la Universidad Politécnica de Catalunya
- 26) Universidad Pompeu Fabra (www.upf.edu):
 - Grado en Marketing y Comunidades Digitales por la Universidad Pompeu Fabra
 - Grado en Negocios y Marketing Internacionales por la Universidad Pompeu Fabra
- 27) Universidad Pontificia de Salamanca:
 - Grado en Marketing y Comunicación por la Universidad Pontificia de Salamanca
- 28) Universidad Ramón Llull (www.url.edu):
 - Grado en Publicidad, Relaciones Públicas y Marketing por la Universidad Ramón Llull
- 29) Universidad Rey Juan Carlos (www.urjc.es):
 - Grado en Marketing por la Universidad Rey Juan Carlos
- 30) Universidad San Jorge (www.usj.es):
 - Grado en Marketing por la Universidad San Jorge
- 31) Universidad San Pablo-CEU (www.uspceu.com):
 - Grado en Marketing y Gestión Comercial por la Universidad San Pablo-CEU
- 32) Universitat Abat Oliba CEU (www.uaoceu.es):
 - Grado en Marketing y Dirección Comercial por la Universitat Abat Oliba CEU
- 33) Universitat Oberta de Catalunya (www.uoc.edu):
 - Grado en Marketing e Investigación de Mercados por la Universitat Oberta de Catalunya



2.3. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS DE CONSULTA INTERNOS Y EXTERNOS UTILIZADOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS.

La Universidad de Alicante ha establecido un procedimiento para la elaboración y aprobación de los planes de estudios, en el que se garantiza la participación de todos los colectivos y de los agentes externos. Asimismo, se ha incorporado un procedimiento de exposición pública y presentación de enmiendas, consultable por toda la comunidad universitaria que garantiza la transparencia del proceso.

Para la elaboración del marco del plan de estudios se han tenido en cuenta y valorado, fundamentalmente, dos aspectos como procedimientos de consulta externos. Por un lado, mediante una búsqueda exhaustiva por parte de la comisión de Grado de la Universidad de los grados puestos en marcha recientemente en otras Universidades españolas y extranjeras, con el consiguiente análisis posterior de sus contenidos, y por otro lado se ha recabado la opinión y el apoyo de instituciones y diferentes personas en relación con la propuesta de Grado en Marketing que la Universidad de Alicante pretende implantar.

Con este fin, se mantuvieron reuniones individuales para la presentación del proyecto, al objeto de recabar sugerencias, contrastar ideas y verificar el trabajo realizado con profesionales y expertos de diferentes sectores del ámbito económico y empresarial (Anexo II). Se citan a continuación dichos participantes:

- D. Francisco Menargues García, en calidad de Decano-Presidente del Ilustre Colegio Oficial de Economistas de Alicante.
- D. Francisco Gómez Andreu, en calidad de Presidente de la Asociación de la Empresa Familiar de la Provincia de Alicante (AEFA)

Como paso previo, en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales se ha creado una Comisión de Grado que ha supervisado el proceso de elaboración del plan de estudios, de manera que se ha garantizado la articulación transversal de los estudios por materias, así como la coordinación del proceso en el Centro.

La propuesta de memoria del título de graduado o graduada en Marketing la ha realizado, por tanto, una comisión nombrada por la Junta de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Alicante en la que están representados los departamentos del centro. Esta comisión para la elaboración del Grado en Marketing está compuesta por el Vicedecano de ADE; un grupo de profesores y profesoras con dedicación a tiempo completo, pertenecientes a los departamentos indicados en la propuesta de Título que tengan el informe favorable de la Comisión de Estudios y Formación de la Universidad de Alicante (CEFUA) y con experiencia y conocimientos suficientes en el EEES; 1 representante de los estudiantes relacionados con la titulación objeto de análisis y un representante del Personal de Administración y Servicios que ha actuado como secretario de la comisión.

Una vez que la Comisión ha recabado la información correspondiente de las áreas especializadas, ha elaborado un borrador en el que se incluyen la estructura de los estudios, justificación, y materias junto con los Departamentos que podrían impartirlo y que estarían incluidos en la futura propuesta de Plan de Estudios. Dicho documento (proyecto de Título) se sometió a la aprobación de la Junta de Facultad.

El correspondiente proyecto de Título en esa primera fase se remite al Vicerrectorado de Estudios y Formación, que tras analizar la viabilidad del mismo y con la autorización del Equipo de Gobierno, procede a la exposición pública donde los Departamentos pueden presentar las alegaciones que consideren oportunas. En este trámite se presentaron diferentes alegaciones y recomendaciones que fueron objeto de análisis y valoración posteriormente por la comisión de elaboración del plan de estudios.



La Comisión de Estudios y Formación de la Universidad de Alicante (CEFUA) informó favorablemente en cumplimiento del artículo 24 de la Normativa UA para la implantación de los estudios de grado (Boletín Oficial de la Universidad de Alicante, BOUA, de 4 de julio de 2008), del proyecto de Grado en Marketing. Tras este trámite, la propuesta de borrador del título de Grado fue debatida y aprobada por la Junta de Centro, siguiendo el procedimiento establecido por la Comisión de Centro.

Esta propuesta de título de Grado fue remitida al Vicerrectorado de Estudios y Formación, que, tras el preceptivo periodo de Exposición Pública y resolución de enmiendas, lo remitió a los miembros de la Comisión de Estudios y Formación de la Universidad de Alicante (CEFUA). Tras el informe favorable de la CEFUA, se remitió al Consejo de Gobierno de la UA para su aprobación, y posterior informe favorable por del Consejo Social de la Universidad de Alicante.

En cuanto al procedimiento externo, se ha contactado con profesores de otras Universidades españolas en las que se imparte este Grado en Marketing y se ha contado con el apoyo y recomendaciones a nivel institucional del Ilustre Colegio Oficial de Economistas de Alicante.





Asociación de la Empresa Familiar

PROVINCIA ALICANTE

Alicante, 20 de octubre de 2017

Sr. Rector Magnífico de la Universidad de Alicante,

Como consecuencia de la integración de España en el Espacio Europeo de Educación Superior, una de las principales misiones de la universidad debe ser la adecuación del catálogo de titulaciones universitarias a las necesidades de la sociedad actual y futura y la integración de la oferta formativa universitaria en el ámbito profesional y empresarial de la provincia de Alicante. Por todo ello, siendo conocedor de la Memoria del Título de Graduado o Graduada en Marketing presentado por la Universidad de Alicante para su correspondiente evaluación ante la Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación (ANECA), sirva este escrito para manifestar mi adhesión y satisfacción ante esta propuesta, que reúne el conjunto de competencias adecuadas vinculadas a las diversas materias, especialmente, aquellas adscritas a las materias de *Empresa y Organización de Empresas*, cuyos resultados de aprendizaje y contenidos parecen pertinentes para la formación de futuros profesionales en el área del Marketing, el análisis y la investigación de mercados y la gestión empresarial.

La formación de futuros Graduados y Graduadas en Marketing y su inserción en el mercado laboral, sin duda, revertirá en el desarrollo académico, profesional y empresarial de nuestra provincia y comunidad.

Atentamente,

Fdo.: Francisco Gómez Andreu

Presidente de la Asociación de la Empresa Familiar de la Provincia de Alicante (AEFA)





UNIVERSIDAD DE ALICANTE
FACULTAD DE ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
AT.Sr.D. JUAN LUIS NICOLAU

Alicante, a 21 de febrero de 2017

Estimado Decano:

Analizada la documentación remitida en relación al Proyecto de Grado en Marketing por la Universidad de Alicante, tengo el placer de manifestar nuestra satisfacción con los objetivos de formación académico-profesional y con los contenidos del mismo, así como con la decisión de ampliar la oferta formativa de la Universidad de Alicante, incorporando nuevas titulaciones acordes con las necesidades actuales del mercado laboral.

Expreso en mi calidad de Decano-Presidente el apoyo del Ilustre Colegio Oficial de Economistas de Alicante a dicha propuesta.

Fdo: Francisco Menargues García
Decano-Presidente.





Asociación de la Empresa Familiar

PROVINCIA ALICANTE

Alicante, 20 de octubre de 2017

Sr. Rector Magnífico de la Universidad de Alicante,

Como consecuencia de la integración de España en el Espacio Europeo de Educación Superior, una de las principales misiones de la universidad debe ser la adecuación del catálogo de titulaciones universitarias a las necesidades de la sociedad actual y futura y la integración de la oferta formativa universitaria en el ámbito profesional y empresarial de la provincia de Alicante. Por todo ello, siendo conocedor de la Memoria del Título de Graduado o Graduada en Marketing presentado por la Universidad de Alicante para su correspondiente evaluación ante la Agencia Nacional de Evaluación y Acreditación (ANECA), sirva este escrito para manifestar mi adhesión y satisfacción ante esta propuesta, que reúne el conjunto de competencias adecuadas vinculadas a las diversas materias, especialmente, aquellas adscritas a las materias de *Empresa y Organización de Empresas*, cuyos resultados de aprendizaje y contenidos parecen pertinentes para la formación de futuros profesionales en el área del Marketing, el análisis y la investigación de mercados y la gestión empresarial.

La formación de futuros Graduados y Graduas en Marketing y su inserción en el mercado laboral, sin duda, revertirá en el desarrollo académico, profesional y empresarial de nuestra provincia y comunidad.

Atentamente,

Fdo.: Francisco Gómez Andreu

Presidente de la Asociación de la Empresa Familiar de la Provincia de Alicante (AEFA)

