

5. PLANIFICACION DE LAS ENSEÑANZAS

Subapartados

5.1. Descripción del plan de estudios y procedimientos para la organización de la movilidad de estudiantes propios y de acogida (incluir el sistema de reconocimientos y acumulación de créditos)

5.2. Actividades formativas

5.3. Metodologías docentes

5.4. Sistemas de evaluación

5.5. Nivel 1

5.3. Descripción de los módulos o materias de enseñanza-aprendizaje que constituyen la estructura del plan de estudios, incluyendo las prácticas externas y el trabajo fin de Grado o Máster

5.1 Descripción del plan de estudios y procedimientos para la organización de la movilidad de estudiantes propios y de acogida (incluir el sistema de reconocimientos y acumulación de créditos)

5.1.1 Descripción del plan de estudios

5.1.1.1 Tabla de distribución de créditos

Tipología de créditos	Número de créditos
Créditos totales:	60 ECTS
Créditos obligatorios:	20 ECTS
Créditos optativos:	25 ECTS
Créditos en prácticas externas (obligatorias):	0 ECTS
Créditos de trabajo de fin de master:	15 ECTS

El programa tiene dos posibles itinerarios curriculares:

- Máster Universitario en Dirección de Marketing, especialidad en Dirección Comercial. En este caso se cursan las materias obligatorias comunes (20 ECTS) y el Trabajo de Fin de Máster (15 ECTS), así como los créditos correspondientes a la especialidad elegida (25 ECTS).
- Máster Universitario en Dirección de Marketing, especialidad en Comunicación Estratégica. En este caso se cursan las materias obligatorias comunes (20 ECTS) y el Trabajo de Fin de Máster (15 ECTS), así como los créditos correspondientes a la especialidad elegida (25 ECTS).

Este máster, tal y como se ha indicado en apartados anteriores de la memoria, se oferta en modalidad presencial para ambos centros y en modalidad semipresencial en el Centro Universitario EUNCET.

5.1.1.2 Tabla de distribución de módulos / materias

Módulo	Materia	Código	Créditos ECTS
Formación obligatoria	Dirección y gestión en la organización	DGO	20
	ESPECIALIDAD 1: DIRECCIÓN COMERCIAL		
	Dirección de marketing estratégico	DME	10
Formación optativa de especialidad	Planificación estratégica de mercados y Go to Market	PEM	15
	ESPECIALIDAD 2: COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA		
	Imagen, Identidad y Cultura Corporativa	IMA	10
	Planificación Estratégica de Medios	PLA	15
Trabajo de fin de máster	Trabajo de fin de máster	TFM	15

5.1.1.3 Tabla de distribución temporal de los créditos del plan de estudios:

Materia	Créditos ECTS	Asignaturas	Código	Créditos ECTS	Cuatrim.
OBLIGATORIA		45 ECTS			
Dirección y gestión en la organización	20	Proceso de planificación comercial y de marketing en las organizaciones	PPM	5	1
		Investigación de mercados, gestión de la información y toma de decisiones	IMI	5	1
		Impacto financiero de las decisiones estratégicas	IFD	5	1
		Marketing en entornos digitales	MED	5	1
ESPECIALIDAD 1: DIRECCIÓN COMERCIAL					
Dirección de marketing estratégico	10	Creación de valor en la empresa	CVE	5	1
		Entrega de valor al cliente	CVC	5	1
Planificación estratégica de mercados y Go to Market	15	Estrategias de venta y comercialización	EVC	5	2
		Gestión de clientes y cuentas clave: nuevos modelos de organización comercial	CCC	5	2
		Estrategias comerciales de marketing centradas en el cliente	CRM	5	2
ESPECIALIDAD 2: COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA					
Imagen, identidad y cultura corporativa	10	Branding Corporativo	BRC	5	1
		Cultura corporativa	COR	5	1
Planificación estratégica de medios	15	Dirección de comunicación	DCM	5	2
		Estrategias de comunicación	ECM	5	2
		Planificación de medios	PLM	5	2
TFM		15 ECTS			
Trabajo de fin de máster	15	Trabajo de fin de máster	TFM	15	2

5.1.1.4 Modalidades de impartición

A – MODALIDAD PRESENCIAL (FULL-TIME) – Itinerario EUNCET y EAE

Esta modalidad tiene un índice de presencialidad de 9 horas por crédito ECTS y 20 horas de clase de lunes a viernes en dos cuatrimestres.

B – MODALIDAD SEMIPRESENCIAL (PART-TIME) – Itinerario EUNCET

Esta modalidad tiene un índice de presencialidad de 6 horas por crédito ECTS y 10 horas de clase en tres días por semana y en dos cuatrimestres. La diferencia se supe con actividades guiadas por el profesor en formato no presencial. En concreto, el modelo metodológico semipresencial se basa en los aspectos siguientes:

Programación de las actividades formativas

El estudiante cuenta con la programación semanal de las actividades formativas que el docente ha planificado y dispuesto en el plan docente de la asignatura. De este modo, puede gestionar su tiempo personal disponible de la forma más adecuada y según su estilo de aprendizaje para alcanzar con éxito los objetivos marcados.

Sesiones presenciales teórico-prácticas

Se realizan en el aula. El docente dedica una parte de las mismas a la exposición de contenidos de la asignatura y otra a la resolución de ejercicios o casos prácticos. Para ello, publica en el campus virtual documentos y materiales audiovisuales, en formato vídeo o podcast, a través de los cuales presenta la unidad, las principales ideas o los conceptos fundamentales y complementados con ejemplos, casos y ejercicios resueltos. Estos materiales pueden ser recursos producidos por el propio docente o recursos ya existentes en la red.

Tutorías

Sesiones presenciales y no presenciales en las que los estudiantes pueden contactar con el docente para plantearle problemas y dudas sobre los ejercicios, casos a resolver o clarificación de ideas o conceptos.

Entorno de trabajo colaborativo

Campus virtual

Los estudiantes y profesores tendrán a su disposición el campus virtual Atenea (Centro Universitario Euncet), que es el espacio de trabajo en línea en el que se alojan los recursos y material docente de las materias.

Foros de debate

Cada una de las asignaturas dispondrá de un foro de debate en donde el alumno tiene la oportunidad de debatir y comentar con los compañeros de curso cuestiones relacionadas con la asignatura.

Foro de tutorías

Cada una de las asignaturas dispondrá de un foro en el que el alumno tiene la oportunidad de plantear todas sus dudas sobre la asignatura.

Otros foros

Foros que el profesor estime oportuno crear para el mejor desarrollo de la asignatura.

WebEx

Aplicación que permite la comunicación remota entre estudiantes y profesores, la transferencia de archivos y la utilización de una pizarra virtual. Esta aplicación, con la que se pueden realizar videoconferencias, posibilita que profesores y alumnos puedan establecer una relación directa a través de las tutorías programadas, con identificación de la persona y en tiempo real.

Google Apps

- Correo electrónico
- Calendario
- Drive
- Sites
- Hangouts

5.1.1.5 Trabajo de Fin de Máster

Tanto EUNCET como EAE disponen de una normativa que regula los aspectos derivados de la elaboración y defensa del Trabajo de Fin de Máster.

Destacar que en ambos itinerarios el TFM puede realizarse en grupo, siempre y cuando los equipos estén conformados por un máximo de tres estudiantes. Un tutor no puede tutorizar más de cinco grupos. La normativa del TFM asegura que tanto el seguimiento por parte del tutor, que deberá emitir un dictamen separado para cada alumno, como la evaluación por parte del tribunal ante el que se defenderá el TFM, son de carácter individual y autónomo. Toda la información relativa al sistema de evaluación está contenida en la Normativa del Trabajo de Fin de Máster (Másteres Universitarios) que se indica a continuación (en el link figuran las normativas para ambos itinerarios):

<http://www.euncet.es/normativas.htm>

A nivel institucional, y sin perjuicio de la normativa específica de aplicación al TFM propia de cada centro, la UPC está desarrollando una normativa general a nivel institucional que recogerá aspectos relativos al diseño, ejecución, mecanismos de supervisión y evaluación, formato y disponibilidad pública de los TFM. Dicha normativa será de aplicación para todos los estudiantes de la UPC matriculados en un máster universitario oficial y se aprobará para el próximo curso académico.

5.1.1.6 Prácticas externas

En este programa de máster no se contempla la realización de prácticas externas curriculares obligatorias ni optativas.

Tabla de desarrollo de competencias de la titulación a través de las materias

Competencias básicas

		Materia obligatoria	Materias optativas de especialidad				TFM
		DGO	DME	PEM	IMA	PLA	TFM
CB06	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.		X	X		X	X
CB07	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.	X	X	X	X	X	X
CB08	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.	X			X		X
CB09	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.				X	X	X
CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.	X	X	X	X	X	X

Competencias generales

		Materia obligatoria	Materias optativas de especialidad				TFM
		DGO	DME	PEM	IMA	PLA	TFM
CG01	Liderar equipos y proyectos generando sinergias entre las funciones de marketing y ventas.	X	X	X			X
CG02	Asumir las responsabilidades y tomar las decisiones comerciales, de marketing y de comunicación con éxito, en el ámbito de su desarrollo profesional.		X	X	X	X	X
CG03	Seleccionar y aplicar correctamente modelos, técnicas, métodos y herramientas de análisis financiero y coste-beneficio específicos de la gestión comercial, el marketing y la comunicación.		X	X	X	X	X
CG04	Diseñar e implementar estrategias comerciales y de marketing consistentes con el análisis pormenorizado de los elementos del macro y micro entorno.		X	X			X
CG05	Analizar la situación interna y externa para elaborar diagnósticos de las organizaciones, con el fin de establecer planes y alternativas coherentes.	X	X	X			X
CG06	Reconocer el modo en que los resultados de la investigación de mercados afectan al diseño, comercialización y comunicación de los productos.	X		X	X	X	X
CG07	Seleccionar, desarrollar y aplicar las estrategias comerciales, de marketing y de comunicación óptimas en función de la estrategia empresarial.		X	X	X	X	X
CG08	Trabajar con equipos multidisciplinares y multiculturales siendo capaz de desempeñar distintos roles en tareas grupales.	X	X	X	X	X	X
CG09	Gestionar las nuevas tecnologías desarrolladas en el ámbito empresarial y aplicarlas en el desarrollo de la actividad profesional.	X	X	X	X	X	X

Competencias transversales

		Materia obligatoria	Materias optativas de especialidad				TFM
		DGO	DME	PEM	IMA	PLA	TFM
CT01	EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN: Conocer y entender la organización de una empresa y las ciencias que rigen su actividad; tener capacidad para entender las normas laborales y las relaciones entre la planificación, las estrategias industriales y comerciales, la calidad y el beneficio.	X	X	X			X
CT02	SOSTENIBILIDAD Y COMPROMISO SOCIAL: Conocer y comprender la complejidad de los fenómenos económicos y sociales típicos de la sociedad del bienestar; tener capacidad para relacionar el bienestar con la globalización y la sostenibilidad; lograr habilidades para utilizar de forma equilibrada y compatible la técnica, la tecnología, la economía y la sostenibilidad.	X					X
CT03	TRABAJO EN EQUIPO: Ser capaz de trabajar como miembro de un equipo interdisciplinar, ya sea como un miembro más, o realizando tareas de dirección, con la finalidad de contribuir a desarrollar proyectos con pragmatismo y sentido de la responsabilidad, asumiendo compromisos teniendo en cuenta los recursos disponibles.	X	X	X	X	X	X
CT04	USO SOLVENTE DE LOS RECURSOS DE INFORMACIÓN: Gestionar la adquisición, la estructuración, el análisis y la visualización de datos e información en el ámbito de especialidad y valorar de forma crítica los resultados de dicha gestión.	X		X		X	X
CT05	TERCERA LENGUA: Conocer una tercera lengua, preferentemente el inglés, con un nivel adecuado oral y escrito y en consonancia con las necesidades que tendrán las tituladas y los titulados	X	X	X	X	X	X

Competencias específicas

		Materia obligatoria	Materias optativas de especialidad		TFM
		DGO	DME PEM	IMA PLA	TFM
CE01	Identificar las magnitudes, estructuras y políticas de los mercados que pueden influir en la evolución de la coyuntura económica local y global en las decisiones de marketing y evaluar el sentido y la fuerza del impacto mediante el uso de herramientas cuantitativas y prospectivas y con un enfoque estratégico presidido por la búsqueda de oportunidades y amenazas.	X			
CE02	Diseñar la estructura organizativa de los departamentos de marketing y ventas que mejor se adapte e incluso se anticipe a la demanda de los mercados, comparando cuál de los modelos y principios de diseño organizativo acopla mejor en cada caso, y ateniéndose a criterios de rentabilidad, eficiencia y estímulo del compromiso y de la mejora continua.	X			
CE03	Diseñar la integración estratégica de la actividad comercial y de marketing de la empresa con las diferentes áreas funcionales de la misma, buscando sinergias entre todas ellas, y con el uso de técnicas de planificación y de modelos de organización innovadores que faciliten la visión interdepartamental.	X			
CE04	Reconocer la necesidad de plantear una investigación de mercados desde una actitud directiva inspirada en el valor del conocimiento del consumidor, y, en su caso, diseñar la planificación del encargo, comparar las ventajas y desventajas de su realización interna o externa, interpretar sus resultados y aplicarlos estratégicamente en la toma de decisiones.	X			
CE05	Describir las políticas de marketing y ventas argumentando las directrices que las guiarán de acuerdo con la cultura, la política y los objetivos de la empresa. (Competencia específica de la especialidad Dirección Comercial).		X		
CE06	Formular las estrategias sobre el mix de marketing a partir del análisis estratégico, en coherencia con la política y los objetivos de la empresa y teniendo en cuenta las estrategias de los competidores. (Competencia específica de la especialidad Dirección Comercial).		X		

CE07	Interpretar y evaluar las cuentas de explotación de las distintas unidades estratégicas de negocio de una empresa como base para el diagnóstico objetivo en la toma de decisiones comerciales y de marketing con una visión global. (Competencia específica de la especialidad Dirección Comercial).		X		
CE08	Formular previsiones de ventas y establecer objetivos acordes con los diagnósticos, haciendo uso de los métodos más avanzados y con una actitud de rigor, factibilidad y anticipación de tendencias y discontinuidades. (Competencia específica de la especialidad Dirección Comercial).			X	
CE09	Diseñar, implementar y evaluar planes comerciales centrados en incrementar el valor de los clientes de la empresa, integrando para ello las nuevas tecnologías en este proceso, de modo que todas las acciones consideren cómo aprovechar la dimensión digital. (Competencia específica de la especialidad Dirección Comercial).			X	
CE10	Diseñar e implantar modelos de organización comercial en la empresa que sean acordes a sus relaciones con los mercados y objetivos a desarrollar. (Competencia específica de la especialidad Dirección Comercial).			X	
CE11	Desarrollar la estrategia de imagen, identidad y cultura de la empresa de acuerdo con los objetivos corporativos y de marketing, de modo que se consiga fortalecer la posición competitiva en el negocio. (Competencia específica de la especialidad Comunicación Estratégica).				X
CE12	Diseñar políticas de responsabilidad social corporativa que colaboren en la mejora de la imagen y de la competitividad de la empresa, que incluyan balances sociales y estén alineadas con la misión y visión de la compañía. (Competencia específica de la especialidad Comunicación Estratégica).				X
CE13	Describir el mapa de stakeholders de una organización y formular una estrategia comercial que considere todos sus intereses y necesidades, de modo que la red esté gestionada por relaciones de confianza. (Competencia específica de la especialidad Comunicación Estratégica).				X
CE14	Identificar y desarrollar planes de comunicación interna y externa alineados con la estrategia corporativa y que refuercen el posicionamiento de la empresa en el mercado, la percepción de valor por los clientes y el compromiso de los empleados. (Competencia específica de la especialidad Comunicación Estratégica).				X

CE15	Comparar, seleccionar e implementar las acciones concretas de comunicación de acuerdo con los planes establecidos y teniendo en cuenta la naturaleza de los stakeholders, así como controlar su rentabilidad. (Competencia específica de la especialidad Comunicación Estratégica).			X	
CE16	Elaborar auditorías de riesgos y protocolos de actuación en casos de comunicación de crisis, manejando eficazmente todos los medios incluyendo los audiovisuales y digitales, con la actitud de preservar la confianza de clientes y demás stakeholders. (Competencia específica de la especialidad Comunicación Estratégica).			X	
CE TFM	Investigar y aplicar los conocimientos teóricos adquiridos al desarrollo de un caso real de empresa				X

5.1.2 Descripción de la movilidad prevista y sus mecanismos de gestión y control de la movilidad.

Movilidad interuniversitaria

No está prevista.

Movilidad internacional

Del Centro Universitario EAE:

El CENTRO UNIVERSITARIO EAE ha firmado dos convenios con universidades extranjeras, para favorecer la movilidad internacional de sus estudiantes del Máster Universitario en Dirección de Marketing. Dicha movilidad es de carácter optativo, con una oferta máxima de plazas de 50 por curso, y se ofrece exclusivamente en el segundo cuatrimestre de sendas especialidades, a razón de 25 alumnos por especialidad.

La oferta de asignaturas de ambas universidades en el segundo cuatrimestre coincide plenamente con la oferta de asignaturas de dicho cuatrimestre en el CENTRO UNIVERSITARIO EAE, ya que las universidades receptoras las ofrecen a demanda del CENTRO UNIVERSITARIO EAE. El profesorado de dichas universidades se selecciona respetando los porcentajes de profesores, profesores doctores y doctores acreditados que prevé la presente memoria para el segundo cuatrimestre sin movilidad.

Concretamente, las universidades con las que el CENTRO UNIVERSITARIO EAE ha firmado los convenios de movilidad internacional son:

- REGENT'S UNIVERSITY LONDON – Londres, Reino Unido
- PACE UNIVERSITY – Nueva York, Estados Unidos

Del Centro Universitario EUNCET:

Del mismo modo, el CENTRO UNIVERSITARIO EUNCET ha firmado un convenio con una universidad extranjera para favorecer la movilidad internacional de sus estudiantes del Máster Universitario en Dirección de Marketing. Dicha movilidad es de carácter optativo, con una oferta máxima de plazas de 25 por curso.

La oferta de asignaturas coincide plenamente con la oferta de asignaturas del CENTRO UNIVERSITARIO EUNCET, ya que la universidad receptora las ofrece a demanda del CENTRO UNIVERSITARIO EUNCET. El profesorado de dicha universidad se selecciona respetando los porcentajes de profesores, profesores doctores y doctores acreditados que prevé la presente memoria.

Concretamente, la universidad con la que el CENTRO UNIVERSITARIO EUNCET ha firmado el convenio internacional es:

- UNIVERSIDAD DE ALTA DIRECCIÓN (UAD) – Panamá, Panamá

Acogida y orientación de estudiantes extranjeros

Los estudiantes extranjeros pueden obtener información a través de la página web, mantenida en dos idiomas (castellano e inglés).

Por otro lado, y como se ha señalado anteriormente, el centro de impartición ofrece una *Welcome Week*, que se celebra dos veces al año, y cuyo objetivo es el de ofrecer una cálida acogida e integración al estudiante extranjero al centro y a su nuevo entorno social y cultural.

Sistemas de información

En cuanto a los procesos de gestión de la movilidad internacional, una vez se haya procedido a la suscripción de acuerdos con otras universidades, el departamento de Coordinación Académica pondrá en marcha el correspondiente sistema de información a través del canal web del centro y de los demás instrumentos y herramientas de comunicación interna, y publicará los formularios de solicitud oportunos.

Ayudas y préstamos

Los estudiantes pueden beneficiarse de las diferentes ayudas y préstamos procedentes de la Unión Europea, de la Universidad, de la Generalitat de Cataluña, del Gobierno del Estado y de entidades financieras con convenio con la Universidad; así como de cualquier otro tipo de beca o ayuda procedente de instituciones públicas o privadas que puntualmente se convocan.

Reconocimiento académico de créditos

La información académica de los estudiantes extranjeros se obtiene a partir de los *transcripts of records*; esto es, de los certificados de los resultados obtenidos por aquéllos en sus universidades de origen.

A nivel europeo, en general toda la información se basa en créditos ECTS, lo cual facilita la equivalencia. Sin embargo, la calificación no siempre se refleja en formato ECTS o está calculada en base a criterios diferentes a los nuestros, con lo cual hay que recurrir a tablas de equivalencias de notas. Los centros solicitantes generan sus certificados totalmente en formato europeo. Las calificaciones obtenidas por nuestros alumnos son aceptadas (y adaptadas si es necesario), basándonos en la confianza mutua con nuestros *partners* académicos.

5.1.3 Descripción de los mecanismos de coordinación docente

Se prevén mecanismos de coordinación a dos niveles. La estructura de coordinación se engloba dentro del sistema de garantía de la calidad, informado en el enlace web del apartado 9 de la presente memoria.

La coordinación docente se lleva a cabo por el Director del Programa.

Director de Programa

El Director de Programa tendrá que ser propuesto por la Dirección Académica y nombrado por la Comisión Académica, para lo que se tendrán especialmente en cuenta los resultados de las encuestas de opinión del alumnado.

El Director de Programa debe actuar, por un lado, como interlocutor entre el centro y los profesores que imparten las asignaturas en todas aquellas cuestiones relacionadas con el desarrollo de las mismas; y por otro, como interlocutor, en segunda instancia, entre los estudiantes y los profesores de la asignatura. Hay que tener en cuenta, en este orden de cosas, que en primera instancia los estudiantes pueden dirigirse directamente a su profesor para los asuntos antes mencionados.

Tipos de funciones

Las funciones del Director de Programa son de tres clases:

1. Funciones de tipo docente.
2. Funciones relacionadas con la evaluación de los estudiantes.
3. Funciones de gestión académica.

En las secciones siguientes se describen con detalle las funciones mencionadas.

Funciones de tipo docente

Estas tareas están relacionadas directamente con el contenido de las asignaturas, los métodos docentes y los materiales docentes de los que dispone la asignatura.

- El Director de Programa, junto con cada profesor, organizará las asignaturas antes de iniciarse cada cuatrimestre. Ello incluye la preparación del material de las clases de teoría y el de las de problemas y casos (prácticas, enunciados, etc.), y se encargará de que los diferentes grupos de alumnos estén coordinados.
- El Director de Programa, de acuerdo con la Dirección Académica, velará para que los contenidos y objetivos de las asignaturas respeten las líneas definidas en los diferentes documentos de aplicación; esto es, lo establecido en la presente memoria y en la Guía Docente del Centro.
- El Director de Programa velará para que la carga de trabajo de las asignaturas en créditos ECTS se ajuste a la establecida en el plan de estudios.
- El Director de Programa impulsará y coordinará la elaboración del material docente que dé soporte a la asignatura.

- El Profesor Responsable de cada asignatura asistirá a las reuniones de coordinación académica entre asignaturas que pueda promover la Dirección Académica, con presencia del Director de Programa.

Funciones relacionadas con la evaluación de los estudiantes

- El Director de Programa deberá proponer el método de evaluación de la asignatura, de acuerdo con la normativa vigente en el Centro y la Normativa Académica General de Másteres Universitarios de la UPC.
- El Profesor de cada asignatura será el responsable de informar a los estudiantes de los resultados de las evaluaciones realizadas, como máximo, tres semanas después de su realización.
- El Director de Programa será el responsable de la convocatoria y de la ejecución de todas las pruebas de evaluación de los estudiantes.
- El Director de Programa, con la participación de los profesores de la asignatura, si procede, fijará el examen final, las demás pruebas de evaluación de los estudiantes de los diferentes grupos y los criterios de corrección y puntuación, siguiendo siempre el método de evaluación establecido en el Plan Docente y de acuerdo a lo establecido en la Normativa Académica General de Másteres Universitarios de la UPC.
- El Director de Programa tendrá que determinar un mecanismo que permita a los estudiantes ejercer su derecho a la revisión de las calificaciones de los exámenes realizados.

Funciones de gestión académica

- Entregar a la Dirección Académica la descripción detallada de la actividad docente de los profesores que imparten la asignatura.
- Proponer los cambios del Plan Docente y mantener la guía docente actualizada en los idiomas en que está definida, y que son el castellano y el inglés.
- Entregar las notas en las fechas y formato que el Centro determine.

Dirección Académica

Las competencias de la Dirección Académica son las siguientes:

- Elaboración y tramitación de la propuesta de máster.
- Propuesta a la Comisión Académica del Máster de la admisión de estudiantes, incluyendo la determinación de los criterios de selección según lo establecido en la presente memoria.
- Propuesta a la Comisión Académica del Máster de la valoración de los créditos que son objeto de reconocimiento, si procede, en función de la formación previa acreditada por los estudiantes en enseñanzas oficiales, o bien por créditos cursados en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos (títulos propios).

- Establecimiento del itinerario curricular y de los planes de matrícula personalizados en función del resultado del reconocimiento de créditos.
- Organización de mecanismos propios para el seguimiento y la mejora del estudio.
- Información y comunicación pública del máster.
- Propuesta de elaboración o revisión a la Comisión Académica de los centros, de la normativa académica que regula los procesos de inscripción, seguimiento y evaluación de los trabajos de fin de máster (TFM).
- Propuesta de designación de los tribunales de TFM a la Comisión Académica de los centros.
- Delegación de aquellas funciones que considere oportunas en el Director del Programa.

Claustro de Profesorado del Máster

El Claustro de Profesorado del Máster está formado por todas las profesoras y todos los profesores con docencia asignada a alguna de las asignaturas del máster en un curso académico determinado. La pertenencia de un profesor o de una profesora en el Claustro de Profesorado del Máster tiene una duración de un curso académico y es aprobada por el Director Académico del centro docente.

Las funciones del Claustro de Profesorado del Máster son:

- Sugerir a la Dirección del Programa modificaciones al plan de estudios del Máster.
- Realizar otras sugerencias a la Dirección Académica y/o Dirección del Programa que crea oportunas para el buen funcionamiento del Máster.

Las reuniones del Claustro de Profesorado del Máster serán convocadas por el/la Director/a del Programa. El Claustro de profesores del Máster se reunirá como mínimo una vez cada curso académico. Los acuerdos del Claustro de Profesorado del Máster, en las reuniones del claustro, se tomarán por consenso, y si no fuera posible así, cuando el número de votos favorables sea superior al número de votos desfavorables.

5.1.4 Control de los estudiantes en las pruebas de evaluación

En el momento de realizar una prueba de evaluación, ya sea escrita u oral, el alumno deberá presentar su carné de estudiante, que será contrastado por el evaluador y cotejado con la lista de asistentes a la prueba de evaluación.

En el caso de la modalidad semi-presencial, las pruebas de evaluación son siempre de carácter presencial, por lo que se aplicarían los mismos mecanismos de control que para la modalidad presencial.

Nota respecto al apartado 5.5 (despliegue del plan de estudios)

Los planes de estudio introducidos en el aplicativo son exactamente iguales para ambos itinerarios (EAE y EUNCET), ya que se trata de un solo plan de estudios impartido en los dos centros.

No obstante, en el despliegue del apartado 5.5 se ha introducido la información dividida por itinerarios. Consideramos que es más correcto mantener la información por itinerarios, todo y que esté duplicada, por si se diera el caso de que en un futuro uno de los centros quisiera realizar modificaciones en su plan de estudios o incluso que el plan de estudios de uno de los itinerarios se extinguiera y el otro no.