

FECHA: 24 de enero de 2024

ID TÍTULO: 3500239

EVALUACIÓN SOBRE LA PROPUESTA DE VERIFICACIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS

Denominación del Título	Máster Universitario en Marketing Digital y Analítica / <i>Master in Digital Marketing and Analytics</i> por la Universidad Internacional de la Empresa
Universidad solicitante	Universidad Internacional de la Empresa
Centro/s	Facultad de Ciencias Sociales Aplicadas y de la Comunicación
Rama de Conocimiento	Ciencias Sociales y Jurídicas
Ámbito	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo
Informe Final/Provisional	Final
Iteración	2
Comisión de evaluación	Ciencias Sociales y Jurídicas 2

La Fundación para el Conocimiento Madri+d ha elaborado un **informe favorable**.

RECOMENDACIONES

DIMENSIÓN 3. ADMISIÓN, RECONOCIMIENTO Y MOVILIDAD

Se recomienda que en la valoración de cursos de experto o cursos de más y de menos de 100 horas también se especificase que deben estar relacionados con la titulación.

DIMENSIÓN 4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

Se recomienda que se revisen las ponderaciones de los Sistemas de Evaluación para que los mínimos y los máximos establecidos sean alcanzables.

DIMENSIÓN 6. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE: MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS

Se recomienda ampliar el número de convenios y de plazas ofertadas para la realización de Prácticas Académicas Externas en inglés.

