



Acta de Reunión del Comité de Garantía de Calidad del Grado en Marketing y Comunicación de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca

24 de enero de 2017

Reunido el Comité de Calidad del Grado de Marketing y Comunicación y con la asistencia del Dr. David Alameda García (presidente del Comité), Dra. Elena Fernández Blanco, Dr. Luis Alberto Rivas Herrero, Dr. Ángel Losada Vázquez, Dra. Irene Martín Martín y D. Ignacio Rodríguez Monge, se determina que tras el estudio de los curriculum de profesores que han llegado a la DOA para impartir las dos asignaturas pendientes de asignación de docencia para el segundo semestre de cuarto curso:

1. Para la selección del profesor correspondiente a la asignatura **Retail & Visual Marketing**, la persona más idónea es Sandra Hernández, al tener la formación y nivel académico requerido para este campo de trabajo y el nivel de inglés suficiente para impartirla en inglés, además que añade una interesante dimensión internacional y profesional al Grado.
2. Con respecto a la asignatura **Métricas del Marketing**, el Comité de Calidad considera dos escenarios posibles objeto de valoración: que la asignatura sea impartida de forma conjunta por los profesores Miguel Ángel Prado, con un nivel profesional y académico en marketing, y por la profesora María Cortés, con un perfil técnico-estadístico complementario al anterior y que añade una titulación más al Grado de Marketing, o la fórmula que contempla la impartición en su totalidad por el profesor Miguel Ángel Prado si en su práctica profesional actual también desarrolla la parte técnica imprescindible en las Métricas del Marketing.
3. No obstante, el Comité de Calidad del Grado de Marketing y Comunicación considera fundamental que independientemente de la fórmula adoptada para la asignatura Métricas del Marketing, se lleve a cabo la realización de un taller complementario diseñado en el marco de la asignatura y como actividad de extensión académica con Ricardo Pérez, Client Director de Milward Brown (candidato que finalmente no puede ser seleccionado por no cumplir con el criterio de título de licenciado pero con una dilatada experiencia profesional en este ámbito), al ser esta empresa consultora en investigación de mercados un referente en el mercado de las métricas del marketing y ser estratégica para el título y la Universidad.
4. Por último, el Comité de Calidad insta a las personas responsables a que procedan a corregir en la información pública del título el error en la denominación de dicha asignatura (web, guías docente, horarios) ya que dicha asignatura está verificada con la denominación Métricas del Marketing y no como figura actualmente (Métricas de la marca).

En Salamanca, a 24 de diciembre de 2017

Fdo. David Alameda.

Presidente del Comité de Garantía de Calidad del Título.