



Acta de Reunión del Comité de seguimiento del título de Marketing y Comunicación de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca

23 de noviembre de 2016

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, Dra. Irene Martín Martín y Dr. Luis Alberto Rivas Herrero y con la excusa de asistencia del Dr. Ángel Losada Vázquez, se abordan los siguientes temas apoyados por la totalidad de los miembros del Comité:

1. El Presidente del Comité de Calidad informa a los miembros de dicho Comité de las decisiones adoptadas por Rectorado en relación a las asignaturas del Grado de Marketing y Comunicación que se imparten en inglés:

- o Los profesores que tienen asignada alguna de las materias impartidas en inglés, deberán tener con un plazo máximo de julio de 2017, la certificación académica correspondiente (en este caso el certificado First-B2- de Cambridge o certificación equivalente) o experiencia demostrable anterior en la impartición de docencia en inglés.

Esta decisión afecta a las siguientes asignaturas:

- Business Communication
 - Brand Strategy
 - Strategic Marketing
 - Digital Marketing and social media
 - Internacional marketing and trade
 - Bussinesethics /CSR
 - E-commerce
 - Marketing plan
 - Integrated Marketing Communications
- o Asimismo, se acuerda establecer el procedimiento oportuno para que a los alumnos de nuevo ingreso se les solicite el nivel B1 o similar en esta lengua tal como figura en la Memoria de Verificación.
2. En relación a las asignaturas del segundo semestre que figuran sin asignar docencia (*Métricas del Marketing y Retail& Visual Marketing*), se determina en el Comité de Garantía de Calidad del Grado que dado que son dos asignaturas con perfiles diferentes entre sí y que, además, se engloban en perfiles más amplios del Grado de Marketing, contratar para este segundo semestre de cuarto cursodos profesionales que de modo puntual impartan

dichas asignaturas y a lo largo del curso que viene ir ajustando las asignaturas a los perfiles docentes de la Memoria de Verificación.

3. Asimismo, el presidente del Comité de Calidad informa de los pasos que se están siguiendo en la gestión de la asignatura “Prácticas Externas” (elaboración del reglamento de prácticas externas y búsqueda de empresas). En este sentido, también se manifiesta la necesidad de disponer de un profesor que se encargue de esta asignatura (tutorización y gestión de las prácticas externas) al ser una materia con 6 ECTS.
4. Entre los cursos ofertados entre la Universidad Pontificia de Salamanca y la empresa Atresmedia, se acuerda que de la oferta específica que se ha enviado al Grado, los más afines a los alumnos del Grado de Marketing y Comunicación serían: *Brandedcontent: nueva forma de publicidad y marketing, Neuromarketing, Herramientas eficaces del e-marketing, Marketing en el móvil*).
5. De cara a la elaboración del Autoinforme de Seguimiento anual relativo al curso 2015-2016 que debe entregarse en gestor documental ALFRESCO como fecha límite el 31 de enero de 2017, el Reglamento de los Órganos de Calidad de la UPSA encomienda la responsabilidad de realizar el Seguimiento anual a la Comisión de Garantía de Calidad del Grado de Marketing y Comunicación, por lo que para su elaboración se acuerda establecer una reunión de trabajo la semana que viene y repartir el trabajo entre los miembros del Comité así como el establecimiento del calendario de trabajo.

En Salamanca, a 23 de noviembre de 2016

Fdo. David Alameda.

Presidente del Comité de Garantía de Calidad del Título.