



Informe de Titulación

Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD)

CURSO 2020-2021



Índice

1.	OBJETIVO DEL INFORME	3
2.	PLANIFICACIÓN	4
2.1.	JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO	4
2.2.	INFORMACIÓN PREVIA A LA MATRÍCULA	4
2.3.	RELACIÓN OFERTA-DEMANDA TITULACIÓN	5
2.4.	PERFIL DE ENTRADA Y SALIDA	5
2.5.	DATOS DE MATRÍCULA	6
2.6.	PLAN DE ESTUDIOS	8
2.7.	RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS	8
2.8.	PROGRAMAS DE MOVILIDAD	9
3.	ORIENTACIÓN PROFESIONAL DE LA TITULACIÓN	10
3.1.	RATIOS DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL EN LA TITULACIÓN	10
3.2.	PRÁCTICAS EXTERNAS	10
3.3.	INSERCIÓN LABORAL DE LOS EGRESADOS	11
3.4.	ACTIVIDADES ORIENTADAS A LA EMPLEABILIDAD	12
4.	RECURSOS	13
4.1.	PERSONAL DOCENTE	13
5.	SISTEMA GARANTIA CALIDAD	14
6.	GESTIÓN SATISFACCIÓN ALUMNOS	15

1. OBJETIVO DEL INFORME

El presente informe tiene como objetivo documentar el seguimiento realizado del Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD) durante el curso académico 2020-2021, posterior al período de pandemia, con el propósito de garantizar la calidad y continuidad de la titulación en un contexto de adaptación progresiva a la normalidad académica. Este proceso se desarrolla de acuerdo con la Política de la Comisión de Titulación, integrada en el Sistema de Gestión de ESIC.

El informe constituye una evidencia del trabajo de gestión académica llevado a cabo por el Área Académica de ESIC. Dicha gestión se enmarca en el Sistema de Calidad de la institución, alineado con el modelo de SGIC reconocido mediante la Acreditación AUDIT de la ANECA (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación), y conforme a los Criterios y Directrices para la Garantía de Calidad en el Espacio Europeo de Educación Superior.

<http://www.aneca.es/Programas/AUDIT/Fase-de-certificacion-de-la-implantacion-de-los-SGIC>

2. PLANIFICACIÓN

2.1. JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

El Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD) da respuesta a una necesidad reforzada tras la pandemia: la demanda creciente de profesionales capaces de integrar el marketing, la estrategia digital y la innovación tecnológica en un entorno empresarial que ha acelerado su transformación.

En un mercado que, tras la crisis sanitaria, se ha vuelto aún más competitivo y digitalizado, la fortaleza de una organización depende de la calidad de sus recursos digitales y de su capacidad para gestionarlos de forma estratégica. Activos como el Big Data, las plataformas tecnológicas o la experiencia de usuario se han consolidado como factores clave para generar valor y diferenciarse en un contexto global.

El dominio de estos recursos no solo mejora la eficiencia y la capacidad de adaptación de las empresas, sino que impulsa la innovación, permite anticipar las necesidades del cliente y refuerza la posición competitiva en el mercado.

Con esta perspectiva, el MMGD prepara a profesionales capaces de liderar la transformación digital, diseñar estrategias orientadas al crecimiento sostenible, optimizar la experiencia del cliente y reinventar modelos de negocio adaptados a la nueva realidad post-COVID.

2.2. INFORMACIÓN PREVIA A LA MATRÍCULA

Los requisitos de acceso al **Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD)** se establecen conforme al artículo 16 del [Real Decreto 1393/2007](#), de 29 de octubre, modificado por el [Real Decreto 861/2010](#), de 2 de julio. Los candidatos deben cumplir las siguientes condiciones:

- Acceso desde el EEES: Estar en posesión de un título universitario oficial español o de otro expedido por una institución de educación superior del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) que faculte en el país expedidor para el acceso a enseñanzas de Máster.
- Acceso desde sistemas educativos ajenos al EEES: Podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos externos al EEES sin necesidad de homologar sus títulos. Para ello, es indispensable la previa comprobación por parte de la Universidad de que dichos títulos acreditan un nivel de formación equivalente a los títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país de expedición para el acceso a enseñanzas de posgrado.
 - Nota importante: El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo ni su reconocimiento a efectos distintos de cursar las enseñanzas del Máster.

VÍAS DE ACCESO:

	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	% Variación
Nº Alumnos con Titulación Superior	22	12	12	15	+25%
Procedencia del Título Superior – Nacional ¹	19	9	10	12	+20%
Procedencia del Título Superior – Internacional ¹	3	3	2	3	+50%

Fuente: Admisiones de Postgrado ESIC

2.3. RELACIÓN OFERTA-DEMANDA TITULACIÓN

El proceso de selección de candidatos se inicia con la verificación del cumplimiento de los requisitos legales establecidos por la legislación y la normativa vigentes. Posteriormente, se realiza una evaluación exhaustiva para determinar la adecuación del perfil del aspirante al perfil de ingreso recomendado para el Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD).

El proceso de admisión está estructurado en las siguientes fases consecutivas:

- Preinscripción: Presentación inicial de la solicitud y documentación.
- Admisión: Evaluación del perfil y comunicación de la resolución.
- Matrícula: Formalización de la inscripción al programa.

Adicionalmente, los aspirantes pueden solicitar becas y ayudas al estudio. La información detallada sobre estas convocatorias se publica anualmente de manera oficial.

2.4. PERFIL DE ENTRADA Y SALIDA

A continuación, se detallan los perfiles de entrada y salida de los alumnos del Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD).

DISTRIBUCIÓN POR SEXO:

	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	Variación (puntos porcentuales)
Alumnos de Nuevo Ingreso: Mujeres	15	9	8	11	+37.5%
Alumnos de Nuevo Ingreso: Hombres	7	3	4	4	===

Fuente: Secretaría de Postgrado ESIC

DISTRIBUCIÓN POR PROCEDENCIA:

	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	Variación (puntos porcentuales)
Alumnos de Nuevo Ingreso: Extranjeros	3	3	2	3	+50%
Alumnos de Nuevo Ingreso: Nacionales	19	9	10	12	+20%

+67% Fuente: Secretaría de Postgrado ESIC

2.5. DATOS DE MATRÍCULA

PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS

El número de plazas ofertadas corresponde al número de plazas aprobadas por ANECA en la memoria del título, actualmente 35.

En los últimos años la evolución del número de matriculados ha sido la siguiente:

MATRICULADOS POR ECTS:

	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	% Variación
Total de Alumnos matriculados	14	22	13	12	15	+25
Total de Alumnos matriculados a Tiempo Completo (100% ECTS)	14	1	12	12	15	+25%
Porcentaje de Alumnos matriculados a Tiempo Completo (100% ECTS)	100%	96%	92%	100%	100%	===

Fuente: Secretaría de Postgrado ESIC

RELACIÓN OFERTA/DEMANDA

Los estudios orientados al título propuesto responden a una necesidad sentida por la sociedad y las empresas, y que se traduce en una creciente demanda de profesionales en las áreas digitales y de marketing en las empresas.

	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	Variación
Plazas Ofertadas ¹ (A)	35	35	35	35	35	----
Plazas Demandadas (B)	16	30	18	13	25	+8%
Ratio: Relación B/A	46%	85%	51%	37%	71%	+6%

Fuente: Admisiones de Postgrado ESIC

2.6. PLAN DE ESTUDIOS

El plan de estudios de la titulación puede consultarse en la memoria oficial del título (https://www.esic.edu/sites/default/files/2019-11/memoria_master_marketing_y_gestion_digital.pdf).

En ella se aporta información detallada sobre las características y contenidos incluidos en este Máster. Adicionalmente, en la página web de ESIC (<https://www.esic.edu/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd>) puede consultarse información adicional sobre la titulación (re-acreditaciones, modificaciones, etc.).

El Plan de Estudios de la titulación puede consultarse en la Memoria Oficial del Título (https://www.esic.edu/sites/default/files/2019-11/memoria_master_marketing_y_gestion_digital.pdf). Este documento proporciona información detallada sobre las características y contenidos específicos del Máster. Información adicional sobre la titulación (como verificaciones, reacreditaciones, o planes de mejora) está disponible en la página web de ESIC (<https://www.esic.edu/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd>).

Las Guías Docentes son el instrumento oficial de comunicación entre el profesorado y el alumnado. Cada guía contiene la información general de la asignatura y refleja las competencias específicas a desarrollar. Existe una única guía por asignatura y por titulación, independientemente de que la materia sea impartida por varios profesores.

Para asegurar la máxima accesibilidad, todas las Guías Docentes están publicadas en el buscador de la página web de ESIC (<https://www.esic.edu/buscador-guias-postgrado/>), permitiendo el acceso a cualquier persona interesada. Además, estas guías están disponibles para los alumnos en el espacio virtual de cada asignatura en la plataforma Canvas (<https://esic.instructure.com/>).

2.7. RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS

El sistema de reconocimiento de créditos aplicable a los estudiantes del Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD) se rige por lo dispuesto en la [Normativa sobre Reconocimiento de Créditos/Asignaturas y Adaptaciones en Titulaciones de Másteres Universitarios de la Universidad Miguel Hernández \(UMH\)](#).

2.8. PROGRAMAS DE MOVILIDAD

La Unidad de Desarrollo Internacional de ESIC facilita acuerdos de intercambios académicos para los estudiantes del Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD) con universidades de prestigio internacional.

Movilidad Internacional

Erasmus+: Este programa permite la movilidad de estudiantes con países de la Unión Europea (UE), incluyendo opciones tanto para estancias de estudios como para prácticas extracurriculares.

Otros Programas (MUNDE, HORIZON, TERRA): Adicionalmente, se ofrecen programas de movilidad propios de la Escuela, abiertos a estudiantes de cualquier titulación, que permiten cursar estudios en una amplia variedad de países fuera del ámbito Erasmus+.

Movilidad Nacional

SICUE (Sistema de Intercambio entre Centros Universitarios Españoles): Este programa facilita la movilidad de estudiantes entre universidades españolas. Permite realizar una estancia de estudios en aquellas instituciones con las que se mantenga un convenio bilateral activo. El proceso de convocatoria, solicitud y concesión de plazas se gestiona a través de la Universidad Miguel Hernández (UMH), a la cual ESIC está adscrito.

Información adicional en la web de la UMH: <https://internacional.umh.es/movilidad/>.

Análisis de la Movilidad Histórica

Durante el último curso académico no se ha registrado movilidad entre los estudiantes del MMGD. Esta ausencia se explica por el carácter intensivo del programa, que se desarrolla en un solo año académico.

No obstante, los alumnos del Máster disponen de acceso a los programas de movilidad ofrecidos por la UMH, y desde ESIC se continúa trabajando en la ampliación de convenios bilaterales que faciliten futuras oportunidades internacionales.

3. ORIENTACIÓN PROFESIONAL DE LA TITULACIÓN

3.1. RATIOS DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL EN LA TITULACIÓN

La empleabilidad, el desarrollo profesional y el desarrollo directivo del alumnado constituyen un objetivo estratégico prioritario para ESIC. Este objetivo se aborda desde una doble perspectiva:

- Formación Integral: Proporcionar a los estudiantes el conjunto de conocimientos y herramientas necesarios para potenciar su empleabilidad y asegurar un óptimo desarrollo profesional.
- Soporte Operativo: Ofrecer asistencia y apoyo directo a través de la Unidad de Desarrollo Profesional, facilitando la realización de prácticas en empresas y/o la consecución del primer empleo o el avance en la carrera profesional de los egresados.

3.2. PRÁCTICAS EXTERNAS

El Departamento de Prácticas Profesionales está integrado en la Unidad de Desarrollo Profesional de ESIC. Esta Unidad actúa como un enlace estratégico y natural entre la Escuela y la realidad del ecosistema empresarial.

Para el Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD), las prácticas se configuran como una actividad formativa esencial que cumple un doble propósito:

- Consolidación de Conocimientos: Permitir al estudiante la aplicación práctica de los conocimientos teóricos adquiridos durante el Máster.
- Adquisición de Competencias: Favorecer el desarrollo de las competencias específicas indicadas para la asignatura en la Memoria del Título.

Adicionalmente, estas prácticas están orientadas a facilitar la inserción del estudiante en el mercado laboral al finalizar el programa.

DATOS REFERENTES A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES DEL MMGD:

	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	% Variación
Valoración académica prácticas	7.8	8.0	8.3	8.74	8.86	+1.4%
Valoración adecuación formación	8.8	9.0	9.6	8.61	8.64	+0.3%
Calificación media	8.3	8.4	8.9	8.82	9.00	+2.0%
Nº estudiantes matriculados	14	22	13	12	15	+25%
Nº estudiantes aprobados	14	22	13	12	15	+25%
Tasa de superación	100%	100%	100%	100%	100%	===

Fuente: Departamento de Prácticas de ESIC

3.3. INSERCIÓN LABORAL DE LOS EGRESADOS

El análisis de la Inserción Laboral de los egresados del Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD) se lleva a cabo a través de múltiples vías de seguimiento:

- Fuentes Primarias de Información
- Unidad de Desarrollo Profesional: Esta unidad realiza un seguimiento continuo tanto de las ofertas como de las demandas de puestos de trabajo específicas de los egresados de la titulación.
- Seguimiento de Nombramientos: ESIC monitoriza los nombramientos y ascensos alcanzados por los egresados de sus distintas titulaciones.

La información pública referente a las actividades de la Unidad de Desarrollo Profesional se encuentra disponible en la web oficial de ESIC: <http://www.esic.edu/empleabilidad/>.

A su vez, los logros profesionales alcanzados se publican en la Revista Alumni de ESIC, cuyas ediciones pueden consultarse en la web: <https://www.esic.edu/alumni/revistas>.

Finalmente, el seguimiento de la inserción y el desarrollo profesional de los egresados queda reflejado en la tabla que se presenta a continuación:

	2020-21
Egresados	N/A
Empleados (tras 1 año)	N/A
%	100%
Empleados (actualmente)	14
%	100%

Fuente: UDP de ESIC

Los datos presentados indican un alto nivel de empleabilidad entre los egresados del programa Máster MMGD del Campus ESIC Valencia, tanto un año después de finalizar sus estudios como en la actualidad. LinkedIn se confirma como una herramienta eficaz para la evaluación de la inserción laboral de los egresados.

3.4. ACTIVIDADES ORIENTADAS A LA EMPLEABILIDAD

La Unidad de Desarrollo Profesional (UDP) de ESIC organiza anualmente un amplio conjunto de actividades cuyo objetivo es facilitar la incorporación profesional y mejorar la empleabilidad de los estudiantes del Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD):

- Feria de Empleo – MEET (Noviembre):
Evento de reclutamiento masivo que cuenta con la participación de aproximadamente 80 empresas que ofrecen puestos de trabajo y vacantes de prácticas.
Incluye talleres especializados impartidos por las empresas. La asistencia estimada es de 800 alumnos.

- Taller de Empleabilidad (Octubre):
Taller formativo impartido al inicio del curso académico, centrado en la optimización del currículum vitae (CV), estrategias de búsqueda de prácticas y preparación para entrevistas de selección.

- Asesoramiento y Orientación Personalizada (Anual):
Servicio individualizado de asesoramiento profesional para la revisión de CV y la definición de objetivos y trayectorias profesionales de los estudiantes que buscan empleo.

- Presentación y Reclutamiento Empresarial (On-Campus) (Anual, según demanda):
Sesiones de presentación corporativa en el campus, seguidas de entrevistas de reclutamiento para cubrir vacantes de prácticas ofrecidas por empresas colaboradoras.

- Visitas de Inmersión Laboral a Empresas :
Organización de visitas guiadas a empresas con vacantes de prácticas. La actividad incluye el traslado de los estudiantes interesados y la realización de entrevistas in situ.

- Jornadas y Conferencias de Interés (Anual):
Eventos a lo largo del curso académico con ponentes y empresarios invitados, focalizados en temáticas de interés sectorial, corporativo o de contenidos específicos.

- Presentación Becas IVACE (Marzo):
Sesión informativa impartida por personal de IVACE (Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial) sobre sus programas de becas para recién titulados.

- MEET & GREET (Anual):
Comida o evento de networking que reúne a las empresas colaboradoras y a los estudiantes que han formalizado su incorporación laboral durante el año.

4. RECURSOS

4.1. PERSONAL DOCENTE

El Personal Docente e Investigador (PDI) de las titulaciones está compuesto por profesionales con las siguientes cualificaciones académicas: Doctores Acreditados, Doctores, Licenciados y Graduados.

Un factor diferencial del profesorado de ESIC radica en que una parte significativa de sus miembros combina el perfil académico e investigador con una amplia trayectoria profesional en la empresa. Esta dualidad garantiza que la docencia no solo se base en el marco teórico, sino que también incorpore la transmisión de conocimientos y habilidades bajo una sólida perspectiva profesional y práctica.

El Departamento de Investigación, en colaboración con los miembros del Comité de Dirección de ESIC, ha diseñado una serie de actividades para su implementación en todas las Unidades y territorios de la Escuela.

El objetivo estratégico fundamental de estas iniciativas es: Impulsar la Investigación para consolidar nuestra cercanía con el mundo empresarial, ser un jugador internacional en Marketing y Economía Digital, y apoyar la empleabilidad de nuestros alumnos.

Objetivos específicos de la Investigación:

- Calidad y Cantidad: Generar un salto cualitativo y cuantitativo en el ámbito de la investigación, combinando eficazmente la Investigación Académica con la Investigación Aplicada, para aportar valor al conocimiento.
- Focalización e Impacto: Concentrar la investigación en áreas de interés prioritario para obtener un impacto significativo en la Sociedad y generar contenidos que respalden la labor del profesorado y reviertan positivamente en el alumnado.

Líneas Preferentes de Investigación:

- Marketing
- Economía Digital
- Comunicación
- Emprendimiento
- International Management
- Economía, Ética y Sociedad
- Innovación Docente y Nuevas Tecnologías en Educación Superior

Toda la información referente a la actividad investigadora de la Escuela se encuentra disponible en la siguiente sección web: <https://www.esic.edu/institucion/esic-business-marketing-school-impulsa-la-investigacion>.

5. SISTEMA GARANTIA CALIDAD

El Sistema de Gestión de la Calidad de ESIC (SGC-ESIC) constituye el marco institucional que garantiza la mejora continua de la excelencia académica y de los servicios de la Escuela. Este sistema es una pieza fundamental para asegurar el cumplimiento de la Política y los Objetivos de Calidad definidos por la Dirección.

El SGC-ESIC tiene como objetivo principal establecer cómo ESIC, en su rol de Centro Universitario Adscrito, utiliza su estructura orgánica, sus reglamentos, procesos y criterios para mejorar la calidad de sus títulos y la eficacia de sus actividades formativas.

El alcance del sistema es amplio y abarca diversas divisiones, asegurando la calidad en:

- Oferta Formativa: Títulos universitarios (grado y posgrado).
- Servicios de Apoyo: Servicios complementarios y de apoyo a los académicos, incluyendo la actividad editorial.

El SGC-ESIC se centra en varios pilares para impactar directamente en la experiencia del estudiante y en el desarrollo institucional:

- Garantía de la Calidad de Títulos: Estableciendo metodologías rigurosas para el diseño, desarrollo y evaluación de los programas académicos.
- Profesorado: Definiendo criterios claros para la selección y promoción del personal docente, lo que garantiza un perfil de profesorado altamente cualificado y con experiencia profesional.
- Resultados del Aprendizaje: Monitoreando y mejorando la planificación y el desarrollo de la enseñanza para asegurar el logro de los objetivos y resultados de aprendizaje esperados.
- Implicación de los Stakeholders: Integrando a diferentes grupos de interés (estudiantes, empresas, egresados) en el diseño, desarrollo, evaluación y difusión de las actividades formativas, garantizando la pertinencia y la conexión con el entorno empresarial.

La filosofía de calidad de ESIC se plasma en una sistemática de trabajo rigurosa y en la asignación clara de responsabilidades en cada actividad, asegurando un funcionamiento eficaz de la organización y la calidad de los servicios prestados.

A continuación, se muestra Mapa de Procesos del Sistema de Calidad de ESIC según las Directrices AUDIT para las áreas de alcance de AUDIT (Grado y Postgrado).

<https://www.esic.edu/calidad/mapa-de-procesos-segun-directrices-audit>

Se pueden seguir los resultados del Sistema de Calidad de ESIC en Informe de Revisión del Sistema de Calidad anual que se encuentra publicado en la web corporativa en el siguiente enlace: <https://www.esic.edu/calidad/resu ltados>

Procedimientos y Mapa de Procesos de ESIC se pueden ver en el siguiente link:

<https://www.esic.edu/calidad/procedimientos>

6. GESTIÓN SATISFACCIÓN ALUMNOS

El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), cuyo origen se remonta a la Declaración de Bolonia de 1999, establece como criterio esencial para el aseguramiento de la Calidad la recogida sistemática de datos confiables. Estos datos deben permitir identificar de forma precisa tanto los aspectos consolidados del título y la institución, como aquellos que requieren la implementación de procesos de mejora. Un dato de interés fundamental para la evaluación es la satisfacción de los estudiantes con la titulación y la institución en su conjunto.

En estricto cumplimiento con este criterio del EEES, ESIC implementa anualmente un Plan de Encuestas exhaustivo para medir la satisfacción del alumnado.

- Evaluación Docente y Objetivos de Calidad
La evaluación de la docencia se realiza mediante una encuesta aplicada tras la finalización de las sesiones de cada profesor. El objetivo de calidad marcado para esta métrica es alcanzar una nota media global superior a 7 puntos sobre 10.