

Informe de Autoevaluación:

4317233 - Máster Universitario en Dirección de Marketing

INTRODUCCIÓN.- La redacción de este apartado se realizará conforme a las indicaciones señaladas en la Guía de evaluación para la renovación de la acreditación: :

ESIC inicia su andadura en 1965 y en el año 1999 se adscribió a la Universidad Rey Juan Carlos. Tras la Declaración de Bolonia en 1999 y el proceso de cambios que la misma implicó, se aprobaron los Títulos Oficiales de Grado y Másteres Universitarios que actualmente se imparten en ESIC Universidad. Las áreas de conocimiento de nuestros Grados y Másteres Universitarios son: Marketing, Empresa y Tecnología Aplicada.

Nuestro modelo educativo es una combinación de conocimientos, valores y experiencias. Como los conocimientos evolucionan con una gran rapidez, nuestro objetivo es "enseñar a aprender" y activar la curiosidad de nuestros estudiantes para que sepan adaptarse con agilidad a un entorno en constante movimiento y cambio.

Los estudiantes, durante toda su vida universitaria, cuentan en todo momento con el impulso, acompañamiento y apoyo de toda la comunidad universitaria, profesores, personal de administración y servicios, Alumni y todos los estudiantes de ESIC Universidad. ESIC ha tenido una gran presencia en la sociedad desde hace casi 60 años y ha sabido apoyarse en el valor de la tradición y al mismo tiempo innovar con nuevas metodologías de aprendizaje y programas de estudios, diseñados para responder a las necesidades presentes y futuras de la economía y el entorno empresarial nacional e internacional.

ESIC Universidad nace con vocación innovadora, comprometida con aportar valor mediante una docencia e investigación de calidad y con el objetivo de integrar a profesionales buenos y buenos profesionales en el tejido empresarial para mejorar la sociedad.

Por otro lado, el notable desarrollo de ESIC Universidad a lo largo de los años, se ve refrendado por la percepción de los empleadores en referencia a la calidad de nuestros programas, basados en una metodología y en unos planes de estudio en permanente actualización, que transmiten a nuestros alumnos conocimientos, capacidades y valores con el fin de asegurar su empleabilidad.

Todo el personal que forma la comunidad de ESIC Universidad trabaja para cumplir estos objetivos y cubrir las expectativas del alumnado.

El Máster Universitario en Dirección de Marketing de ESIC Universidad ha sido diseñado atendiendo a las necesidades de la industria del marketing actual, combinando la oficialidad de un programa universitario con la practicidad, experiencia y profesionalidad del entorno empresarial. Esta titulación no solo facilita el acceso a una carrera profesional de alto nivel, sino que constituye la vía de acceso para aquellos estudiantes que decidan orientarse hacia la carrera académica e investigadora a través de un programa de doctorado. El modelo educativo de la institución se basa en una combinación de conocimientos, valores y experiencias, con el objetivo de fomentar la capacidad de aprendizaje autónomo y la agilidad de adaptación en un entorno de constante cambio.

La implantación y el desarrollo del Máster Universitario en Dirección de Marketing se han ajustado, en términos generales, a lo previsto en la memoria verificada y al perfil de egreso del título, especialmente en lo relativo al idioma de impartición, el tamaño de los grupos, los criterios de admisión y el reconocimiento de créditos, considerándose que estos aspectos alcanzan el estándar establecido.

No obstante, se han identificado algunas desviaciones respecto a lo contemplado en la memoria verificada. La aprobación de una nueva memoria en septiembre de 2024, coincidiendo con el inicio del curso académico, junto con cambios en la dirección del Máster, generó ciertos desajustes en la asignación semestral de algunas asignaturas, así como en la aplicación homogénea de los resultados de aprendizaje previstos y de los sistemas de evaluación definidos para las distintas materias. Asimismo, por estas mismas circunstancias, los Complementos Formativos incluidos en dicha modificación no pudieron aplicarse al alumnado que inició sus estudios en el curso 2024-2025, implementándose finalmente para los estudiantes de nuevo ingreso a partir del curso 2025-2026. Asimismo, la sucesión de dos direcciones distintas durante el curso 2024-2025 dificultó el seguimiento documental, resultando en la ausencia de reuniones de la comisión de calidad de la titulación y una reducción en las sesiones de coordinación docente.

En cualquier caso, estas cuestiones han sido corregidas de cara al curso 2025-2026 y no han afectado a la adquisición de los resultados de aprendizaje y competencias propias de la titulación, coherentes con el perfil de egreso del Máster en Dirección de Marketing. Por todo ello, se considera que el estándar correspondiente a este criterio se alcanza.

La Universidad ofrece a sus distintos grupos de interés información objetiva, suficiente y fácilmente accesible acerca de las características del título, su desarrollo y los procesos de calidad que lo respaldan. La información pública disponible en la página web del máster, junto con la que se proporciona al estudiantado a través de la plataforma Canvas y el campus virtual, permite comprender adecuadamente la estructura del programa, la organización de la docencia, el TFM, las prácticas externas y los principales resultados derivados del seguimiento del título. Del mismo modo, la difusión de información relacionada con el Sistema Interno de Garantía de Calidad (SIGC) y los informes de seguimiento contribuye a reforzar la transparencia institucional y la rendición de cuentas. En consecuencia, se considera que el estándar se cumple plenamente.

El Sistema Interno de Garantía de Calidad de ESIC Universidad se encuentra formalmente definido y en funcionamiento, con órganos responsables claramente establecidos, adecuados procedimientos para la recogida y análisis de información, y mecanismos de seguimiento vivos y en continua revisión en favor de la calidad. La comisión académica de la titulación desempeña el papel de órgano responsable del seguimiento de la calidad si bien, debido a los cambios en la dirección, no pudo desempeñar completamente sus funciones, no pudiendo celebrar las comisiones de titulación correspondientes del curso 2024-2025. Si bien, la existencia de un SIGC en ESIC Universidad y los órganos de coordinación horizontal y vertical del Máster han permitido identificar las fortalezas y debilidades de la implantación del mismo, proponiendo mejoras en la titulación.

El personal académico del título no solo resulta suficiente y adecuado para atender las necesidades docentes, de tutorización de TFM y prácticas del máster, sino que constituye una de sus principales fortalezas. El claustro destaca por su alto nivel de cualificación académica y su sólida experiencia docente e investigadora, con una elevada proporción de profesorado doctor, acreditado y con sexenios reconocidos, superando incluso los compromisos establecidos en la memoria verificada. A ello se suma el valor diferencial de un equipo docente que integra la actividad académica e investigadora con una destacada trayectoria profesional en el ámbito del marketing, lo que aporta un enfoque práctico y aplicado especialmente relevante para la titulación.

Asimismo, la adecuada dotación de profesorado permite cubrir de manera eficaz la docencia, la tutorización del TFM y de las prácticas externas, manteniendo ratios apropiadas. La implicación del profesorado en acciones de formación continua y los elevados niveles de satisfacción del alumnado con la calidad docente refuerzan aún más la consideración del equipo docente como un elemento clave y distintivo del máster.

El título cuenta con personal de apoyo, recursos materiales, instalaciones y servicios adecuados para el desarrollo de las actividades formativas y para favorecer el aprendizaje del estudiantado, la atención a la diversidad, la orientación profesional y la realización de prácticas externas. En este contexto, las instalaciones constituyen una de las principales fortalezas del máster, tanto por su calidad como por su adecuación a las necesidades docentes. El reciente cambio de sede y la ampliación de los espacios han supuesto, además, una mejora objetiva de las condiciones materiales en las que se imparte la titulación.

La disponibilidad de servicios transversales de apoyo, junto con la labor de la Unidad de Desarrollo Profesional y de la Oficina de Relaciones Internacionales, contribuyen a ofrecer un entorno formativo completo y eficaz. Esta valoración se ve claramente respaldada por la elevada satisfacción manifestada por el alumnado en relación con las instalaciones y los recursos disponibles, lo que permite concluir que el estándar se alcanza plenamente.

Los buenos resultados del título en las asignaturas, prácticas externas y en la superación del Trabajo Fin de Máster, evidencian que las actividades formativas, las metodologías docentes y los sistemas de evaluación aplicados han sido adecuados y han permitido la adquisición de los aprendizajes y competencias previstas, y son coherentes con el perfil de egreso y con el nivel MECES 3 correspondiente al Máster en Dirección de Marketing. Además, estos buenos resultados se mantienen constantes desde la implantación del título tal y como demuestra la evolución de los principales indicadores académicos. Además de estos indicadores de resultados, los indicadores de satisfacción también son óptimos en todos los grupos de interés, especialmente en lo relativo al profesorado y a las instalaciones. Los datos disponibles de inserción laboral también apuntan a una adecuada empleabilidad de los egresados en ámbitos relacionados con el perfil del título. Estos resultados permiten considerar que el estándar se ha alcanzado.

DIMENSIÓN 1. La gestión del título

Criterio 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

El programa formativo está actualizado de acuerdo a los requerimientos de la disciplina y se ha implantado conforme a las

condiciones establecidas en la Memoria verificada y/o sus posteriores modificaciones.

1.1. La implantación del plan de estudios y la organización del programa son coherentes con el perfil de competencias y objetivos del título recogidos en la memoria de verificación y se aplica adecuadamente la normativa académica.:

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración: La implantación del Máster se inicia en el curso 2021/2022 según lo previsto en la Memoria del 2021, los 60 ECTS se imparten en castellano y en modalidad presencial en la sede de Valdenigrales y Juan XXIII. Si bien en la memoria aparece que la docencia se imparte en la sede de Valdenigrales, en el año 2024 ESIC Universidad firma un convenio de cesión con ESIC Business and Marketing School lo que permite que el Máster sea impartido también en la sede de Juan XXIII desde el curso académico 2024-2025. Ambas sedes cumplen con las necesidades de la docencia del máster y le aporta una notable mejoría en los recursos como se verá en el criterio 5 sobre recursos, con una alta satisfacción por parte de los estudiantes Ev09.

El plan de estudios conducente a la obtención del Máster Universitario en Dirección de Marketing se articula en 60 créditos y está adscrito a la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas y el campo de estudio Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, máquetin, comercio, contabilidad y turismo.

La información del máster se puede verificar en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT)

RUCT:

<https://www.educacion.gob.es/ruct/estudio.action?codigoCiclo=SC&codigoTipo=M&CodigoEstudio=4317233&actual=estudios>

El Máster se ha implantado cumpliendo la estructura del plan de estudios de la memoria verificada: 48 ECTS de asignaturas obligatorias, 6 ECTS de Prácticas Externas y 6 ECTS de Trabajo Final de Máster.

El tamaño de los grupos es el adecuado y es coherente con lo previsto en la memoria verificada, no superando en ningún caso los 50 estudiantes previstos, tal y como se detalla en el apartado 1.3.

Con respecto al reconocimiento de créditos, el alumnado del título que desee convalidar o adaptar asignaturas cursadas en otras Universidades o centros de carácter oficial, deberán cumplir los requisitos que la Universidad exige para dichas convalidaciones o adaptaciones y solicitarlas en los plazos que marque la Universidad. La normativa oficial de reconocimiento y transferencias de créditos de ESIC Universidad se puede consultar a través de la web: <https://www.esic.edu/university/normativa>. Durante el curso 2024-2025 no se realizaron reconocimientos de créditos de asignaturas curriculares sin embargo se realizaron 2 reconocimientos de créditos por acreditación de experiencia laboral y profesional de la asignatura de Prácticas Académicas Externas, cumpliendo con la normativa prevista en el ESIC y siguiendo las directrices de la memoria verificada: En el caso de Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación Experiencia Laboral y Profesional, solo se podrán reconocer créditos de la asignatura Prácticas Académicas Externas, con la limitación de que un año de trabajo a tiempo completo es equiparable a 6 ECTS. Esta opción podrá darse, tal y como establece el RD 822/2021 en el artículo 10.4, cuando esa experiencia se muestre estrechamente relacionada con los conocimientos, competencias y habilidades propias del Máster Universitario en Dirección de Marketing. De igual modo, podrán ser reconocidos los créditos superados y cursados en estudios universitarios propios de las universidades o de otros estudios superiores oficiales.

La guía docente, como instrumento oficial de comunicación entre profesores y alumnos, contiene información general de la asignatura y refleja las competencias especificadas en cada una. Existe una única guía por asignatura en el máster, independientemente del número de profesores que impartan la asignatura. Todas las guías docentes están publicadas en la página web del Título, disponible en el siguiente Link: https://www.esic.edu/buscador-guias-postgrado/index_un.php, y son visibles a cualquier persona que quisiese acceder a ellas. Las guías docentes incluyen la siguiente información:

- Datos del profesorado
- Atención a la diversidad funcional / Necesidades educativas especiales (NEE)
- Descripción y contenidos de la asignatura
- Objetivos y resultados de aprendizaje
- Competencias
- Actividades formativas
- o Metodologías docentes
- Sistemas de evaluación
- Programa de la asignatura
- Cronograma
- Fuentes de información recomendada

Las guías docentes están parcialmente alineadas con la memoria verificada dado que para el curso 2024-2025 no se incorporaron los resultados de aprendizaje incorporados en la memoria del 2024 y algunos de los pesos y ponderaciones de las asignaturas permanecieron alineados con la memoria verificada del 2021. Únicamente 3 asignaturas implantaron las modificaciones previstas en el plan de estudios previsto en la memoria del 2024. Si bien desde la dirección del máster se informó de la verificación de un nuevo plan de estudios tal y como se refleja en el acta de coordinación de claustro (EV02), su publicación en el RUCT en septiembre provocó una implantación precipitada. A la precipitación de la implantación, aprobación en septiembre del 2024 para iniciar el programa de Máster en ese mismo septiembre, se unió el cambio de 2 directores en el curso académico de su implantación, dificultando el adecuado seguimiento del mismo y la detección de la implantación desigual de las modificaciones aprobadas. A pesar de esta insuficiente implantación de las modificaciones del plan de estudios, en proceso de resolución para su aplicación en el curso académico 2025-2026, los resultados académicos de los estudiantes y la adquisición de las competencias necesarias para trabajar en el sector del marketing han sido las adecuadas, tal y como reflejan tanto sus resultados académicos (EV Tabla 02) como las buenas evaluaciones recibidas por los estudiantes del máster por parte de los tutores externos en las prácticas académicas externas (EV10_1).

La impartición de las asignaturas por semestres ha sufrido alguna modificación con respecto a lo previsto en la memoria verificada, la asignatura Estrategias de Distribución Omnicanal; Estrategias de Fijación de Precios y Dirección y Gestión de Proyectos se han implantado en el semestre 2 y no en el semestre 1 como se establecía en la memoria verificada. Modelos de Decisión y Métricas de Marketing se ha implantado en el 1er semestre y no en el 2º como se establecía en la memoria verificada. Este cambio en la implantación obedeció a la necesidad de que los alumnos pudieran iniciar las prácticas desde el primer semestre pudiendo equilibrar así su carga lectiva de forma más homogénea a lo largo de los dos semestres, mejorando su planificación académica.

Todos los estudiantes se han matriculado del Trabajo Final de Máster de 6 ECTS, y han realizado un plan de marketing o un proyecto de investigación. Durante el curso 2024-2025 se contó con la participación de 17 profesores para la tutorización de los 41 TFMs de los estudiantes que cursaron el máster en el primer intake (38 de nuevo ingreso y 3 de segunda matrícula en el TFM), de los cuales superaron la asignatura 38 estudiantes, y 3 no se presentaron. EV04.2.1. Como se explicará en el apartado 1.3, existen dos intakes para la incorporación de los estudiantes del máster, un primer grupo se incorpora en octubre del 2024 y finaliza en julio 2025 y un segundo grupo que inicia el máster en abril 2025 y lo finalizará en el próximo mayo 2026. La asignación tutores de TFM se realiza a través de la dirección del máster, tal y como se puede observar en la evidencia EV04.2.3.

De los 38 estudiantes del primer intake, 34 estudiantes realizaron las 150 horas de Prácticas Académicas Externas del Máster de Dirección de Marketing en 33 centros con convenio (EV10.1), 2 alumnos no las cursaron y 2 estudiantes tuvieron reconocimiento de créditos por experiencia profesional, tal y como se comentó previamente. En la web corporativa del Título se puede ver el detalle de algunas de las empresas donde los estudiantes del máster han realizado prácticas académicas externas: https://www.esic.edu/master-universitario-en-direccion-de-marketing#practicas_externas1. Las Prácticas Académicas Externas tienen como objetivo permitir a los estudiantes aplicar de una forma profesional los conocimientos adquiridos en su formación académica. Los estudiantes podrán de este modo conocer la metodología de trabajo, desarrollar y adquirir las competencias del Máster en Dirección de Marketing y obtener una experiencia práctica que les facilite su inserción en el mercado de trabajo. La asignación de los centros de prácticas se realiza a través de la Unidad de Desarrollo Profesional (UDP). Esta unidad publica las ofertas de prácticas, el alumno aplica a través de la plataforma y es entrevistado por la empresa que decide en última instancia su incorporación a las prácticas (EV10.1). El estudiante también puede proponer un centro de prácticas en el que cursar las mismas, previa firma del convenio con la UDP. Durante el curso 2024-2025, 5 profesores participaron como tutores académicos de las prácticas.

La satisfacción de los grupos de interés con la organización del plan de estudios es adecuada tal y como se refleja en los resultados EV09 CUADRO 2 Y CUADRO 3.

1.2. El título cuenta con mecanismos de coordinación docente (articulación horizontal y vertical) entre las diferentes materias/asignaturas que permiten tanto una adecuada asignación de la carga de trabajo del estudiante como una adecuada planificación temporal, asegurando la adquisición de los resultados de aprendizaje.:

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración: Para la buena implantación y funcionamiento del Máster, la Universidad ESIC dispone de los siguientes mecanismos de coordinación horizontal:

- Dirección del máster: El máster es dirigido por un profesor del área de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas quien se coordina con todos los profesores que imparten clase en el máster a través de dos reuniones anuales, una previa al inicio del curso para revisar contenidos, evitar solapamientos, planificar tareas y actividades de evaluación continua y otra a la finalización

del mismo para evaluar la implementación de la docencia y revisión de la consecución de los objetivos, identificar incidencias y plantear mejoras para el siguiente curso académico.

o Curso 2023-2024: se celebra la primera reunión el 26 de septiembre del 2023 y la segunda reunión el 19 de julio del 2024, los aspectos tratados y acuerdos se pueden consultar en la Ev.02.

o Curso 2024-2025: Los 2 cambios en la dirección del Máster provocaron que en este curso únicamente se celebrara una reunión de coordinación al inicio del curso (18 de septiembre del 2024, Ev.02).

- Coordinación de máster: Además del director del máster existe la figura de coordinador del máster, profesor encargado de la atención directa de los estudiantes con seguimiento semanal y con comunicación directa con los delegados para atender a sus necesidades y demandas, analizando el proceso de implantación del máster y cada una de sus asignaturas.

- Coordinadores de asignatura: Cada asignatura impartida por varios profesores cuenta con un profesor que ejerce el rol de coordinador de asignatura, encargado de gestionar y supervisar tanto la docencia como la evaluación de esa asignatura y de desarrollar la guía docente única para cada asignatura. El coordinador de asignatura convoca a los profesores a reunión para la coordinación de las actividades formativas y la metodología de evaluación, así como asegurarse que se cumplen los criterios de evaluación previstos en la memoria verificada. Tanto en el curso 2023-2024 como en el 2024-2025 se celebraron las reuniones en las primeras semanas del curso (Ev.02).

Coordinación vertical:

- Director y coordinador del máster - Delegados: celebran encuentros semanales con los delegados con el objetivo de realizar la escucha activa y el seguimiento de los grupos.

- Coordinación de prácticas - Unidad de Desarrollo Profesional: Por lo que se refiere a la coordinación de las Prácticas Académicas Externas existe un nivel de coordinación entre la Unidad de Desarrollo Profesional y los centros de prácticas para la gestión de los convenios, la actualización de oferta de plazas de prácticas para los cursos 2023-2024 y 2024-2025 y la firma de los anexos al convenio por cada estudiante. Por su parte ha existido coordinación entre los tutores externos y los 5 tutores académicos para el seguimiento y la recepción de la evaluación de los estudiantes por parte de los tutores externos que conforma el 60% de la calificación del estudiante.

1.3. Los criterios de admisión aplicados permiten que los estudiantes tengan el perfil de ingreso adecuado para iniciar estos estudios y en su aplicación se respeta el número de plazas ofertadas en la Memoria verificada.:

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración: En el curso 2024/2025 se realiza un aumento de la oferta de plazas a 100, según la memoria modificada del 2024, con dos períodos de inicio del máster (intakes), se oferta un grupo de 50 estudiantes en septiembre y un grupo de 50 estudiantes en abril. Este aumento en la oferta responde a las altas tasas de demanda de los cursos precedentes, siendo de 261,9% en el curso 2023-2024 y de 373,8% en el 2022-2023.

Durante el curso 2024-2025 se matricularon un total de 55 estudiantes, a tiempo completo, 38 en el mes de septiembre y 17 en el mes de abril y que finalizarán sus estudios en el próximo mes de mayo 2026, no superando las plazas autorizadas (tasa de cobertura del 55%) y manteniendo el criterio de grupo-clase reducido.

El perfil de ingreso de los estudiantes se ha mantenido homogéneo a lo largo de los cursos, con tendencia a aumentar el número de mujeres (78,6%) frente al curso 2023-2024 (57%) y 2022-2023 (52%). También se observa una tendencia al aumento en el número de estudiantes extranjeros (71,4%), procedentes especialmente de Latinoamérica. El perfil es coherente con el perfil de ingreso previsto en la memoria verificada.

Con el objetivo de velar por el perfil de ingreso es necesario definir complementos formativos para aquellos candidatos que no cumplan con dicho perfil, tal y como establece el RD 822/2021. Motivo por el que se solicitó la modificación del título aprobada en septiembre del 2024 pero que se aplicó para los estudiantes de nuevo ingreso a partir del 2025-2026, dado que el periodo de admisión para el curso 2024-2025 ya estaba finalizando y los estudiantes ya habían efectuado su matrícula.

Los criterios de admisión aplicados en el curso 2024-2025 son coherentes con la memoria verificada y su aplicación se puede comprobar en la evidencia EV11.

Criterio 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

La institución dispone de mecanismos para comunicar de manera adecuada a todos los grupos de interés las características del programa y de los procesos que garantizan su calidad.

2.1. La universidad pone a disposición de todos los grupos de interés información objetiva y suficiente sobre las características del título y sobre los procesos de gestión que garantizan su calidad.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: Toda la información del Título se puede ver en la web corporativa del Máster Universitario en Dirección de Marketing:

<https://www.esic.edu/master-universitario-en-direccion-de-marketing>

<https://www.esic.edu/master-y-postgrado/master-universitario-en-direccion-de-marketing>

Además de la página web de la titulación, los estudiantes disponen en la plataforma de CANVAS así como en el Campus Virtual de toda la información académica necesaria: horarios, calendario académico, información sobre el TFM (la asignación de tutores, etc.); información sobre las prácticas (procedimientos de elección, memoria de prácticas, tutor académico...).

ESIC pone a disposición de sus grupos de interés los resultados de su Sistema de Calidad. Dichos resultados se ofrecen en formato institucional y de titulación y se pueden consultar en el siguiente LINK: <https://www.esic.edu/master-universitario-en-direccion-de-marketing#collapse-911-10>.

Criterio 3. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE CALIDAD (SIGC)

La institución dispone de un sistema interno de garantía de calidad formalmente establecido e implementado que asegura, de forma eficaz, la mejora continua del título.

3.1. El SIGC dispone de un órgano responsable que analiza la información disponible del título para la toma de decisiones en el diseño, seguimiento, acreditación y mejora continua.:

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración: Comisión Académica de Titulación

La comisión académica de titulación es el órgano responsable de la garantía de calidad de la titulación, donde está representados todos los agentes implicados. Podrá verse más información en la web corporativa de ESIC en el siguiente enlace:

<https://www.esic.edu/master-universitario-en-direccion-de-marketing#comision1>

La comisión de la titulación se reúne anualmente, preferentemente al finalizar el primer y segundo semestre.

- Curso 2023-2024: se celebró la reunión de comisión el 4 de junio del 2024 y de cuyos aspectos tratados y acuerdos se deja constancia en el acta de la EV03_1.

- Curso 2024-2025: no se ha celebrado ninguna reunión de la comisión de calidad de la titulación por los sucesivos cambios en la dirección de la titulación comentados con anterioridad, aspecto ya subsanado en el curso 2025-2026 (EV03_1). La no celebración de la convocatoria de reunión de esta comisión, a pesar de ser reclamada por el Vicerrectorado de Calidad como procedimiento de obligado cumplimiento según el Sistema de Garantía Interno de la Calidad de ESIC Universidad, provocó la demora en la identificación por parte de este Vicerrectorado de la desviación de la implantación de totalidad de las asignaturas conforme a la memoria verificada del 2024.

3.2. El SIGC implementado, para la gestión eficiente del título, dispone de procedimientos que garantizan la recogida de información objetiva y suficiente y de sus resultados y que facilitan la evaluación y mejora de la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: Sistema Interno de Garantía de la Calidad

En julio de 2014 el campus Madrid de ESIC recibió, por parte de la Comisión de Certificación constituida por ANECA, el informe favorable sin condiciones sobre la implantación de su Sistema de Garantía Interna de Calidad bajo el Modelo de referencia AUDIT. La certificación AUDIT supone para ESIC un reconocimiento oficial consecuencia del esfuerzo que está realizando hacia un modelo de gestión enfocada a la garantía de la calidad formativa que ofrece a su alumnado. En febrero de 2019, el Campus de Madrid renovó exitosamente la Certificación AUDIT. El certificado se mantiene vigente hasta julio de 2024.

Todo el Sistema Interno de Garantía de Calidad (SIGC) refleja como la filosofía de trabajo la mejora continua. Ya en el 2006 se lanzó un Proyecto de Mejora Continua, que tenía por objetivo articular en ESIC los procesos y recursos suficientes para implantar una Política de Calidad hacia la excelencia y en esta línea está previsto certificar el diseño e implantación de nuestro SIGC a través de SISCAL.

El Proyecto de Mejora Continua, enmarcado en un SIGC, tiene como propósito articular los objetivos de calidad. En este sistema

se establece cómo ESIC utiliza sus órganos, reglamentos, criterios, procesos, etc. para mejorar la calidad de sus títulos, la selección y promoción de su profesorado, la planificación y el desarrollo o los resultados del aprendizaje y también cómo implicar a diferentes grupos de interés en el diseño, desarrollo, evaluación y difusión de sus actividades formativas.

Los resultados del Sistema de Calidad de ESIC se pueden ver 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/university/calidad>. En esta página se dispone del manual de calidad de ESIC y el mapa de procesos. Con la publicación de la Política de Calidad de ESIC se persigue la consecución de objetivos de mejora relacionados con alumnos, titulaciones, relaciones con otras organizaciones, cumplimiento de requisitos y asegurar unos niveles de calidad.

La aprobación de esta Política de Calidad de ESIC hace de guía para los diferentes grupos de interés y colaboradores de la Universidad, y que así sepan qué camino seguir para todo lo relacionado con esta misma. Procedimientos y Mapa de Procesos del Área Universitaria se pueden ver en el siguiente enlace: <https://www.esic.edu/university/calidad>

Los resultados se agrupan en un Informe Anual con alcance Global o Titulación. El Informe analiza el grado de desarrollo y cumplimiento de objetivos, además de las mejoras llevadas a cabo y las propuestas para el siguiente curso académico. En este Link https://www.esic.edu/sites/default/files/archivos-calidad/informe_anual_titulacion_mudm_2023_2024_0.pdf se puede acceder al último informe realizado referente al curso 2023-2024, y que contempla la implantación del Máster en Dirección de Marketing desde sus inicios.

El Espacio Europeo de Educación Superior, iniciado en 1999 con la Declaración de Bolonia, establece como criterio de aseguramiento de la Calidad de la educación la recogida de datos confiables, que permitan identificar aquellos aspectos del título y la institución que son adecuados y aquellos que requieren de procesos de mejora. Dentro de estos datos de interés a recoger se encuentra la satisfacción de los distintos grupos de interés con la titulación y la institución.

ESIC Universidad, en cumplimiento de dicho criterio, establece anualmente un Plan de Encuestas para medir la satisfacción de los grupos de interés. Las encuestas, organizadas son:

Alumnado : Satisfacción del Alumnado con la Actividad Docente; Satisfacción del Alumnado con la Titulación. (Intermedia y Final)

Profesorado: Satisfacción del Profesorado con la Titulación

Personal Técnico, de Gestión y de Administración y Servicios (PTGAS): Satisfacción del PTGAS con la Titulación.

Valoración de la Satisfacción de las Prácticas profesionales: Por parte del Alumnado; Por parte del Tutor/a Académico/a; Por parte del Tutor/a Externo/a Empresa.

Valoración de la Satisfacción con los Programas de Movilidad: Por parte del Alumnado; Por parte del Profesorado; Por parte el Personal de Administración y Servicios.

Durante el 2022 se crea el Observatorio de Opinión, en la actualidad Business Intelligence, una unidad cuyo objetivo es realizar los procesos de medición de la satisfacción de los grupos de interés, a través de herramientas digitales que permiten analizar dichos procesos a las diferentes áreas de la Universidad. Los resultados obtenidos en los procesos de encuestas se pueden visualizar a través de una herramienta online interna.

Los procedimientos de evaluación de la calidad de la actividad docente se pueden conocer en el siguiente link:

<https://www.esic.edu/university/calidad#calidad-profesorado> y los resultados para el curso 2024-2025 de los profesores participantes en la EV12.

También se disponen de indicadores de inserción laboral que son evaluados a través de la Unidad de Desarrollo Profesional a los 3 y 6 meses y al año de finalizar la titulación de máster y que se contemplan anualmente en el Informe "ESIC Observatorio Laboral". Los resultados se pueden comprobar en la EV09 y sus resultados se explican en el apartado 1.13 del presente informe.

Existe a disposición de los interesados un buzón de quejas y sugerencias (Ev03.2) a través del siguiente link:

<https://www.esic.edu/calidad#webform-submission-contacto-formulario-buzon-sugere-paragraph-23430-add-form>. No hay constancia en el curso 24-25 de haber recibido ninguna en relación al Máster en Dirección de Marketing a través de este procedimiento. Esto se puede justificar por la atención personalizada y alto nivel de relación y coordinación entre profesores con la dirección y coordinación del máster, entre los estudiantes y el profesorado, entre los estudiantes y la dirección y coordinación del máster, tal y como se evidencia en el apartado 1.2. Este nivel de coordinación, especialmente entre responsables del máster y estudiantes, hace que todas las incidencias se comuniquen y resuelvan por contacto directo a través de su director o de su coordinador.

Criterio 4. PERSONAL ACADÉMICO

El personal académico que imparte docencia es suficiente y adecuado, de acuerdo con las características del título y el número de estudiantes.

4.1. El personal académico del título es suficiente y reúne el nivel de cualificación académica requerido para el título y dispone de la adecuada experiencia y calidad docente e investigadora.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: Un factor diferencial del profesorado de ESIC Universidad es que una gran parte de sus docentes son profesionales de la empresa del sector del Marketing, que han adquirido además el perfil académico e investigador, aportando así, no solo transmisión de conocimientos y habilidades bajo un marco teórico, sino también bajo un marco profesional asegurando una adecuada transmisión del conocimiento y de la tutorización de las Prácticas Académicas Externas y el TFM. Los datos referentes al profesorado del Título se pueden ver en el siguiente enlace: <https://www.esic.edu/master-universitario-en-direccion-de-marketing#plan1>

La estructura del profesorado del Máster en Dirección de Marketing para el curso académico 2024/2025 se puede consultar en la EV_Tabla 01B_Profesorado. Tal y como se comprueba en los datos aportados 32 profesores han participado en la docencia del máster en el curso 2024-2025, 24 (75%) son personal docente a tiempo completo y 23 (71,9%) son doctores y de ellos 17 (73,9%) son doctores acreditados. Los docentes de ESIC que imparten docencia en el Máster tienen una adecuada producción científica teniendo 11 de ellos (47,8%) reconocidos al menos 1 sexenio de investigación. Estos recursos cumplen con la normativa vigente y son coherentes y mejoran lo comprometido en la memoria de verificación que aludía a 24 profesores, 18 doctores y 12 de ellos acreditados.

En cuanto al número de TFMs tutorizados por un mismo profesor el promedio en el máster para el curso 2024-2025 fue de 3.

En ESIC Universidad se ha realizado un esfuerzo por que los profesores participen en actividades de formación docente tal y como se desarrolla en el siguiente apartado 1.6

Cabe resaltar la buena valoración que los estudiantes del máster tienen del profesorado, tal y como se puede comprobar en la EV09 CUADRO 1, siendo los aspectos mejor valorados el respeto hacia los comentarios y opiniones de los demás y el menos valorado la innovación con puntuaciones de 8,43 y 7,65, respectivamente. Haciéndose notar la alta satisfacción de los estudiantes con todas las dimensiones de la docencia con una puntuación máxima de 8,43 sobre 10 y mínima de 7,65 sobre 10, y una alta satisfacción con el profesorado (8,09 sobre 10, tasa de respuesta del 26%) constituyendo una de las claras fortalezas de la titulación.

Los resultados de la evaluación de los profesores que participaron en Docencia (42%) se pueden consultar el informe contemplado en la EV12.

4.2. En su caso, la universidad ha hecho efectivos los compromisos adquiridos en los diferentes procesos de evaluación del título respecto a la contratación y mejora de la cualificación docente e investigadora del profesorado y está realizando actuaciones dirigidas a dar cumplimiento a los requisitos previstos en la normativa vigente en relación con el personal docente e investigador.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: Tal y como se ha comprobado en el apartado 1.7 ESIC Universidad cumple con el compromiso de atender a los requisitos de contratación del profesorado para el Máster en Dirección de Marketing.

Con el ánimo de continuar mejorando en estos procesos durante el curso 2024-2025 se han desarrollado 8 jornadas de formación docente organizadas por los 8 departamentos de ESIC Universidad durante el mes de julio del 2025 (EV07) y en las que participaron un 56,3% del profesorado del máster.

Además, se han organizado a lo largo del curso 3 formaciones pertenecientes al Brown Bag Seminars al que han asistido el 48,3% del profesorado; 3 cursos sobre competencias docentes e investigadoras a las que asistieron el 21,9% del profesorado del máster.

Un 25,0% del profesorado participaron en los talleres y workshops específicos para profesores del XI CONGRESO DE INNOVACIÓN APLICADA (IMAT), celebrado en ESIC Universidad.

Todo el detalle de las formaciones se puede consultar en la EV07.

Criterio 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

El personal de apoyo, los recursos materiales y los servicios puestos a disposición del desarrollo del título son los adecuados en función de la naturaleza, modalidad del título, número de estudiantes matriculados y competencias a adquirir por los mismos.

5.1. El personal de apoyo que participa en las actividades formativas es suficiente y los servicios de orientación académica y profesional soportan adecuadamente el proceso de aprendizaje y facilitan la incorporación al mercado laboral.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: Además de los profesores, incluido el director y coordinador de la titulación los estudiantes del máster disponen de otros servicios y recursos de atención, entre ellos cabe destacar los siguientes:

- Apoyo al alumnado con diversidad funcional y/o Necesidades educativas especiales.

ESIC ofrece un servicio de apoyo al alumnado con diversidad funcional y/o necesidades educativas especiales coordinado desde la Unidad Técnica de Diversidad.

El objetivo de este servicio dirigido a alumnado con diversidad funcional y/o necesidades educativas especiales es el siguiente:

o Facilitar el acceso a los estudios de educación superior.

o Garantizar la inclusión y la participación activa del alumnado en el campus.

o Atender las necesidades del alumnado de un modo individualizado.

o Realización de adaptaciones académicas.

o Garantizar la accesibilidad dentro de ESIC.

o Atender las necesidades de índole material y personal en el campus.

El alumnado con diversidad funcional y/o necesidades educativas especiales podrá solicitar cualquier necesidad y/o adaptaciones a través de la Unidad Técnica a la Diversidad diversidad@esic.edu.

La Unidad Técnica a la Diversidad coordinará con todas las áreas/departamentos de ESIC en el Campus implicado las acciones necesarias para dar soluciones a las necesidades específicas expuestas.

El servicio de apoyo al alumnado con diversidad funcional y/o necesidades educativas especiales se engloba bajo el Proyecto Diversidad de ESIC. Visitar Proyecto Diversidad para ver más información:

<https://www.esic.edu/institucion/sostenibilidad/programa-diversidad>.

- Personal técnico, de gestión y de administración y servicios (PTGAS): Existe una cultura de gestión de los Recursos Humanos centrada en la cercanía y en el mantenimiento del personal. El personal técnico, de gestión y de administración y servicios (PTGAS), normalmente, no tiene funciones de apoyo ceñidas a la docencia de una titulación específica, sino que da apoyo a todas las titulaciones y másteres universitarios. La experiencia profesional de la plantilla queda avalada por el hecho de que se trata de las mismas personas que vienen cumpliendo estas labores hasta el momento. Su adecuación queda garantizada por el proceso de selección del personal y por los planes de carrera dentro de la Universidad.

- La Unidad de Desarrollo Profesional (UDP) es el servicio que ESIC pone a disposición de los estudiantes del Máster en Dirección de Marketing para la gestión de las Prácticas Académicas Externas (oferta de plazas, firmas de anexos al convenio, contacto con las empresas para postular...) así como para la orientación de la carrera profesional. Dentro de la oficina se gestiona el servicio ESIC Emprendedores, que funciona como una incubadora de proyectos de emprendimiento a disposición de los estudiantes. Toda la información sobre este servicio está disponible en la página web del máster: https://www.esic.edu/master-universitario-en-direccion-de-marketing#practicas_externas1

- Para asegurar la movilidad internacional, los estudiantes disponen de una Oficina de Relaciones Internacionales (dependiente del Vicerrectorado de Relaciones Internacionales). De esta oficina dependen los programas de movilidad internacional ofertados a los estudiantes del máster. Esta información también la pueden consultar los estudiantes del Máster en su página Web:

https://www.esic.edu/master-universitario-en-direccion-de-marketing#programas_movilidad1

5.2. Los recursos materiales se adecuan al número de estudiantes y a las actividades formativas programadas en el título en todos los centros o sedes que participan en la impartición del título.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: Si bien en la memoria verificada se hacía constar que la docencia se impartiría en la sede de Valdenigrales, s/n de Pozuelo, sin embargo, finalmente, desde el curso 2024-2025 se ha impartido simultáneamente el máster en la sede de Valdenigrales y en la sede de Juan XXIII. Este cambio atiende a la disponibilidad de mejores instalaciones desde la firma de la cesión realizada entre ESIC Business and Marketing School y Esic Universidad (ORDEN4120/2024, de 13 de septiembre, de la Consejería de Educación, Ciencia y Universidades, por la que se acuerda la ampliación de las instalaciones de la

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de ESIC Universidad). Una detallada descripción de las Infraestructuras se puede encontrar en la Ev08.1 y en la página web del máster: <https://www.esic.edu/master-universitario-en-direccion-de-marketing#infraestructuras1>

La adecuación de esta decisión se ve reafirmada por la valoración de los estudiantes del máster que en el curso 2024-2025 le asignaron una puntuación de 8.9 sobre 10, tal y como se puede comprobar en la evidencia EV09 CUADRO2.

5.3. En su caso, los títulos impartidos con modalidad a distancia/semipresencial disponen de las infraestructuras tecnológicas y materiales didácticos asociados a ellas que permiten el desarrollo de las actividades formativas y adquirir las competencias del título.:

N.P.

Justificación de la valoración: No procede

5.4. En su caso, la universidad ha hecho efectivos los compromisos adquiridos en los diferentes procesos de evaluación del título relativos al personal de apoyo que participa en las actividades formativas, a los recursos materiales, servicios de apoyo del título e instalaciones.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: Se cumplen con todos los compromisos adquiridos en la memoria verificada con respecto al personal de apoyo al servicio, recursos materiales e instalaciones.

DIMENSIÓN 3. Resultados

Criterio 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los resultados de aprendizaje alcanzados por los titulados son coherentes con el perfil de egreso y se corresponden con el nivel del MECES (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) del título.

6.1. Las actividades formativas, sus metodologías docentes y los sistemas de evaluación empleados han permitido la adquisición de los resultados de aprendizaje previstos por parte de los estudiantes y corresponden al nivel de la titulación especificados en el MECES.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: Los resultados de las asignaturas son indicadores de la buena oferta educativa: adecuado nivel de dificultad, buenas estrategias metodológicas y adecuados sistemas de evaluación (Ev_Tabla02).

Los alumnos disponen de toda la información en el CANVAS y en el Campus Virtual para el seguimiento de la asignatura con los materiales necesarios, los retos y trabajos obligatorios. La metodología docente del ESIC, especialmente en el máster, está muy orientada a la adquisición de competencias por lo que se emplea en todas las asignaturas la metodología del caso.

Específicamente la evolución de los resultados académicos de las Prácticas Académicas Externas la tasa de superación para el curso 2024-2025 del 100%, para aquellos estudiantes que las cursaron, es adecuada y similar a los cursos precedentes del máster, tal y como se puede comprobar en el informe de titulación del curso 2023-2024 (https://www.esic.edu/sites/default/files/archivos-calidad/informe_anual_titulacion_mudm_2023_2024_0.pdf), siendo la calificación media de 8,7. Estos resultados evidencian las buenas competencias adquiridas por los estudiantes de Máster en Dirección de Marketing siendo muy bien valoradas por los tutores externos. Las memorias presentadas son adecuadas y evidencian una formación adecuada para un nivel MECES 3. De los 36 estudiantes matriculados en la asignatura de Prácticas Académicas Externas, 2 de ellos no las cursaron por lo que no finalizaron sus estudios de máster. No se incluyen en estos resultados a los 2 estudiantes que obtuvieron reconocimiento de las Prácticas Académicas Externas por experiencia profesional.

Pasa asegurar el cumplimiento de las prácticas y la adquisición de competencias durante su realización, los estudiantes han contado con 5 profesores asignados como tutores académicos (Ev10.1).

De los 41 estudiantes matriculados en la asignatura de Trabajo Fin de Máster 38 han superado la defensa pública, 6 de ellos en segunda convocatoria. Todos ellos han presentado un trabajo o bien en modalidad Plan de Marketing o bien en modalidad Proyecto de Investigación relacionado con el área. 3 estudiantes (7,3%) no presentaron su TFM ni en primera ni en segunda convocatoria. Los resultados académicos en esta materia han sido muy buenos, tal y como se comprueba en la evidencia Ev04.2.1 con una calificación media de 7,5.

6.2. La evolución de los principales datos e indicadores del título es adecuada con las previsiones del título y coherente con las características de los estudiantes de nuevo ingreso.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: La evolución de las principales tasas que evidencia los resultados académicos de los estudiantes en el Máster en Dirección de Marketing se ha mantenido constante a lo largo de los años de implantación y se considera adecuada tal y como se puede observar en la EvTabla 03.B, siendo la tasa de rendimiento de 98,6% y la de graduación del 89,5%, esta última ligeramente inferior a la de los cursos precedentes (95,2% para el curso 2023-2024 y del 100% para el curso 2022-2023).

6.3. La satisfacción de los estudiantes, del profesorado, de los egresados y de otros grupos de interés es adecuada.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: En general todos los colectivos manifiestan una alta satisfacción con la titulación (EV09).

Cabe destacar la adecuada satisfacción de los estudiantes con la titulación de 6,8 sobre 10 (EV09 Cuadro 2) destacando las instalaciones, la tecnología, el trabajo final y la valoración de los docentes. La evaluación de la satisfacción de los estudiantes con los docentes indica que el promedio es de 8,1 sobre 10, considerando que son una clara fortaleza de la titulación (EV09 Cuadro 1). La satisfacción de los estudiantes con las Prácticas Académicas Externas también es adecuada si bien no se pueden considerar cifras representativas dado la baja tasa de respuesta (2,8%) (EV09 Cuadro 5).

Por su parte los docentes manifiestan una muy alta satisfacción global con la titulación de 9,2 sobre 10 (EV09 Cuadro 4) destacando especialmente la realización de las actividades de evaluación previstas y el desarrollo completo del temario teórico previsto, con un 9,8 sobre 10 en ambas dimensiones. Cabe mencionar que las satisfacciones de los docentes en todas las dimensiones son muy altas, oscilando entre el 8,8 y el 9,8.

Los tutores externos de las prácticas académicas externas también manifiestan una alta satisfacción con valoraciones que oscilan entre 7,2 sobre 10 (referencias anteriores de alumnos en prácticas de ESIC) a 8,7 sobre 10 (la adaptación e integración del estudiante a la empresa y el grado de utilidad del trabajo realizado por el/la estudiante) (EV09 CUADRO 7). Cabe destacar que la puntuación que los tutores de la empresa otorgan a su satisfacción con la formación de los estudiantes del Máster en Dirección de Marketing es de 8,2 sobre 10, avalando la adecuada formación facilitada a los estudiantes del máster que ha asegurado la adquisición de competencias propias de la titulación.

El personal técnico de gestión y de administración y servicios también manifiesta un adecuado nivel de satisfacción de 7,2 sobre 10 (EV09 Cuadro 3) con una mejor valoración de la relación con el profesorado de la titulación (8,3 sobre 10) seguida de la Gestión administrativa externa (actas, plazos de matrícula, etc.) (8,2 sobre 10). Son valorados en menor medida los aspectos relacionados con los recursos e infraestructuras, en especial Suficiencia del personal de servicios (Internacional, Prácticas, TIC, etc.) (5,7 sobre 10).

6.4. Los valores de los indicadores de inserción laboral de los egresados del título son adecuados al contexto socio-económico y profesional del título.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: La Unidad de Desarrollo Profesional (UDP) de ESIC realiza los informes de inserción laboral de los egresados. La empleabilidad de éstos representa un indicador clave para evaluar la efectividad de la formación ofrecida por la Universidad.

El último informe disponible es el referido a los estudiantes que finalizaron en el curso académico 2022/2023. La encuesta se distribuyó a 2176 egresados, logrando 411 respuestas mediante correos electrónicos (tasa de respuesta global del 18,9%). De los 25 estudiantes egresados en el 2022-2023 en el Máster en Dirección de Marketing, 5 respondieron la encuesta (20%) estando el 100% empleados a los 12 meses tras la finalización del máster, todos ellos en puestos relacionados con el sector (EV06).

Próximamente se publicará el informe de empleabilidad de los estudiantes que finalizaron en el curso académico 2023/2024.