

Estrategia de Internacionalización de ESIC Universidad 2025-2030:

Hacia una Universidad Global con Propósito

ESIC Universidad

Documento Aprobado por el Patronato de la Fundación de Estudios Superiores e Investigación ESIC
en fecha

Madrid, noviembre de 2025

MENSAJE DEL PRESIDENTE DE ESIC UNIVERSIDAD

ESIC Universidad nació con un propósito: transformar personas para construir un mundo mejor. Hoy, en un contexto global marcado por el cambio, la digitalización y la interdependencia, esa misión adquiere una dimensión internacional aún más profunda.

La Estrategia Académica Internacional 2025–2030 consolida nuestra vocación global, integrando la excelencia académica, la innovación pedagógica y el compromiso social en una hoja de ruta compartida por toda la comunidad universitaria.

Aspiramos a que cada estudiante, profesor y colaborador de ESIC viva la internacionalización no como una meta, sino como una forma de entender y transformar el mundo.

Este plan es una invitación a seguir creciendo juntos, conectando talento, conocimiento y propósito más allá de las fronteras.

Eduardo Gómez

Presidente de ESIC University

MENSAJE DEL RECTOR DE ESIC UNIVERSIDAD

La educación superior afronta una nueva era en la que las universidades que marcan la diferencia son aquellas capaces de conectar el aula con el mundo.

Esta estrategia 2025–2030 nos sitúa en ese horizonte: el de una universidad global con propósito, capaz de atraer talento internacional, generar conocimiento relevante y ofrecer a sus estudiantes una experiencia que trasciende fronteras.

ESIC Universidad asume el reto de consolidarse como la universidad de referencia en marketing, management y tecnología, con una comunidad académica diversa, abierta y comprometida con los valores que siempre nos han distinguido.

Nuestro compromiso es claro: liderar desde la excelencia y con impacto, formando a las personas que transformarán el mundo para un lugar mejor.

Ramón Arilla

Rector de ESIC University

1. RESUMEN EJECUTIVO

Para ESIC Universidad, la dimensión internacional va más allá de la gestión académica; es una mentalidad que debe impregnar toda la institución. La Estrategia de Internacionalización 2025-2030 de ESIC Universidad se fundamenta en un pilar innegociable: nuestra identidad como fundación sin ánimo de lucro. Este compromiso no es solo legal, sino también la base de nuestra misión, que consiste en transformar a las personas para crear un mundo mejor a través de la educación en valores y con propósito.

Para lograr este objetivo, la estrategia se articula en torno a cuatro pilares fundamentales:

1. Programas Internacionales (tanto de corta como de larga duración),
2. Alumnos Internacionales (fomentando la movilidad entrante y saliente),
3. Profesorado Internacional (incrementando la presencia de profesores internacionales en el claustro de la Universidad),
4. Campus Global (estableciendo una política renovada de alianzas académicas internacionales centrada en la calidad de los socios y desarrollando un posicionamiento de ESIC Universidad como referente global en el campo del marketing).

Esta estrategia no es un documento administrativo, sino un compromiso institucional para convertir la experiencia internacional en el motor de la excelencia, el crecimiento y la identidad global de Esic Universidad.

2. PANORAMA GLOBAL DE LA INTERNACIONALIZACIÓN EN UNIVERSIDADES DE NEGOCIOS LÍDERES.

INTRODUCCIÓN:

En un mundo cada vez más interdependiente, la internacionalización se ha convertido en un factor de competitividad esencial para las universidades especializadas en el ámbito del management. Las instituciones líderes a nivel mundial han evolucionado en sus enfoques, pasando de modelos tradicionales centrados principalmente en el intercambio de estudiantes y profesores, a estrategias más integradas y ambiciosas que buscan una presencia y un impacto global. Para ESIC Universidad, comprender y aprender de estos ejemplos de éxito resulta fundamental en la elaboración de su propia estrategia de internacionalización

LA INTEGRACIÓN INSTITUCIONAL COMO FACTOR CLAVE DE ÉXITO:

Un elemento distintivo de las universidades especializadas en negocios que han logrado una internacionalización exitosa es la incorporación de una mentalidad global en todos los niveles de la institución, superando la visión de la internacionalización como una función aislada de un departamento específico. Diversos ejemplos ilustran cómo esta integración se manifiesta en la práctica. La Thunderbird School of Global Management, por ejemplo, implementa el “Global Challenge Lab”, un programa en el que estudiantes de máster colaboran con organizaciones globales en proyectos de consultoría, pasando una parte significativa de su tiempo en las sedes de sus clientes internacionales.

Esta experiencia inmersiva, que requiere una colaboración más allá de las fronteras y una vivencia directa en el entorno de negocios global, demuestra ser una herramienta poderosa para desarrollar en los estudiantes una mentalidad internacional. La exposición a diferentes culturas y prácticas empresariales, a través de proyectos reales y la interacción con profesionales de todo el mundo, fomenta una comprensión profunda del panorama global.

De manera similar, la Brandeis International Business School ofrece el “Hassenfeld Immersion Program”, que combina un módulo de estudio de medio semestre sobre los contextos político, social, histórico, empresarial y cultural de los países de destino, con una experiencia de inmersión de nueve días en un mercado extranjero. Esta combinación de preparación académica y experiencia in situ profundiza la comprensión cultural y maximiza el impacto de los programas internacionales. La preparación previa, que proporciona un marco de conocimiento sobre la región a visitar, permite a los estudiantes interactuar de manera más significativa con la cultura y el entorno empresarial durante la inmersión, enriqueciendo su aprendizaje.

Drake University’s Zimpleman College of Business, a través de su programa “Business at the Hub of the Americas”, organiza un seminario de dos semanas en Panamá, centrado en las interconexiones entre el comercio global y la política internacional mediante visitas a empresas multinacionales y asociaciones comerciales. Este programa demuestra cómo iniciativas de corta duración, pero con un enfoque temático claro, pueden proporcionar una valiosa exposición internacional, especialmente cuando se vinculan a áreas específicas de interés como la política y el comercio global.

La concentración en un tema particular durante un período breve permite a los estudiantes adquirir conocimientos especializados y una comprensión profunda de las dinámicas globales en un contexto específico.

La Wake Forest University School of Business (WFUSB) ofrece el “Global Immersion Program”, que integra aprendizaje en el aula, exploración cultural y networking profesional a través de visitas a empresas y la interacción con líderes locales. La combinación de estos elementos enriquece la experiencia estudiantil y mejora las perspectivas profesionales. Al conectar el aprendizaje académico con la exploración de la cultura local y la creación de redes de contacto profesionales, los estudiantes obtienen una visión integral del entorno empresarial internacional.

En el ámbito de la “Internacionalización en Casa”, la Wrocław University of Economics and Business organiza el “Integration Day”, un evento de medio día en el campus con stands interactivos, juegos y actividades para presentar a los estudiantes las culturas y tradiciones de los países de origen de sus compañeros. Esta iniciativa demuestra cómo se puede fomentar la comprensión intercultural dentro del propio campus, beneficiando a todos los estudiantes y promoviendo una cultura global en la universidad.

Finalmente, el Texas Tech University’s Rawls College of Business cuenta con un coordinador de profesorado dedicado a las iniciativas globales, quien asesora al Centro para el Compromiso Global, trabajando para ampliar su impacto y fomentar una mentalidad empresarial global entre estudiantes y profesores. La existencia de personal dedicado a impulsar la internacionalización a nivel del profesorado subraya la importancia de contar con un liderazgo y una coordinación específicos para lograr el éxito en este ámbito.

ESTRATEGIAS CLAVE EMPLEADAS POR UNIVERSIDADES LÍDERES:

Las universidades líderes en internacionalización emplean una serie de estrategias clave para lograr sus objetivos. En primer lugar, formalizan el proceso estratégico, desarrollando una estrategia de internacionalización clara y documentada con objetivos y plazos definidos. Este plan estratégico sirve como hoja de ruta para las iniciativas de internacionalización, asegurando que los esfuerzos estén coordinados y dirigidos hacia metas específicas.

En segundo lugar, definen un alcance amplio para la estrategia, expandiendo las actividades internacionales más allá del intercambio de estudiantes y profesores para incluir la colaboración en investigación, el diseño y la impartición conjunta de programas académicos, la innovación y el emprendimiento, y las alianzas con empresas. Un enfoque integral maximiza los beneficios de la internacionalización para la universidad.

En tercer lugar, solicitan la opinión de las partes interesadas, involucrando a profesores, personal, estudiantes, alumni y socios externos en el proceso de planificación estratégica. Esta colaboración garantiza que la estrategia sea relevante y tenga en cuenta las diversas perspectivas de la comunidad universitaria y sus aliados.

En cuarto lugar, se centran en asociaciones estratégicas, priorizando la calidad sobre la cantidad en sus colaboraciones internacionales. Establecer relaciones profundas y significativas con un número limitado de socios estratégicos puede generar mayores beneficios que mantener numerosas asociaciones superficiales. En quinto lugar, establecen un equipo internacional profesional y dimensionado para impulsar la agenda de internacionalización. Un equipo dedicado y con recursos adecuados es esencial para la implementación exitosa de la estrategia.

En sexto lugar, asignan fondos adecuados, reconociendo la internacionalización como una inversión que requiere recursos financieros específicos. El compromiso financiero es un indicador clave de la prioridad que la universidad otorga a la internacionalización, más aún cuando todas las universidades españolas van a tener que presentar anualmente una Memoria que presente los retos alcanzados en su proceso de internacionalización, y los recursos utilizados para lograrlo.

En séptimo lugar, se mejoran los esfuerzos de comunicación, promoviendo la estrategia de internacionalización tanto a nivel interno como externo. Una comunicación clara y constante es fundamental para generar conciencia, fomentar la participación y atraer socios y estudiantes internacionales.

EL MARCO STRIVE:

Un modelo emergente para la internacionalización en la Educación Superior es el marco STRIVE, que propone seis dimensiones clave para el futuro de la internacionalización: Sostenible, Transnacional, Responsable, Inclusiva, Virtual y Ética.

La internacionalización sostenible (Sustainable) enfatiza la necesidad de que las instituciones de educación superior reorienten sus modelos hacia la alfabetización climática y de biodiversidad, así como hacia modelos y prácticas empresariales más sostenibles. Esto implica considerar el impacto ambiental de las actividades internacionales, como la movilidad física, y buscar alternativas más sostenibles, como la movilidad virtual y una mayor atención a las movilidades y experiencias de larga duración.

La internacionalización transnacional (Transnational) implica ir más allá de los acuerdos de cooperación bilaterales y centrarse en redes más diversas y multilaterales para reunir recursos y capacidades con otras instituciones, abordando los desafíos globales de manera más efectiva.

La internacionalización responsable (Responsible) implica que las acciones internacionales deben apoyar el compromiso de una institución con la responsabilidad social y la equidad, así como garantizar la seguridad y el bienestar de los participantes en actividades de movilidad.

La internacionalización inclusiva (Inclusive) busca corregir la naturaleza, a veces exclusiva, de las prácticas actuales de internacionalización, ampliando el acceso a la educación y la experiencia internacionales a un grupo más amplio de estudiantes, y reduciendo los costos y las barreras de acceso. Esto incluye ofrecer cursos en mercados locales o en línea, y proporcionar apoyo financiero a los estudiantes internacionales.

La internacionalización virtual (Virtual) reconoce el impacto de las tecnologías digitales en la educación internacional, ofreciendo vías virtuales como el aprendizaje a distancia en línea, el intercambio virtual y el aprendizaje internacional colaborativo en línea (COIL), ya sea como complementos o incluso como sustitutos de la movilidad física.

Finalmente, la internacionalización ética y equitativa (Ethical & Equitable) abarca una amplia gama de consideraciones, incluyendo la toma de decisiones éticas sobre la colaboración con entidades en estados

específicos, la priorización del bienestar y la equidad de todos los involucrados, la práctica de la sensibilidad cultural y la garantía de la igualdad de oportunidades en las actividades de internacionalización.

CONCLUSIÓN:

El panorama global de la internacionalización en las universidades centradas en el campo del management revela una tendencia hacia enfoques integrales, estratégicos y cada vez más sensibles a las cuestiones de sostenibilidad, inclusión y ética. ESIC Universidad tiene la oportunidad de aprender de estas mejores prácticas y de adoptar un marco que le permita desarrollar una estrategia de internacionalización exitosa y con un impacto significativo en su comunidad y en el mundo. El marco STRIVE, en particular, ofrece una guía para repensar y refinar las prácticas de internacionalización en el contexto actual.

3. TENDENCIAS E INNOVACIONES EN PROGRAMAS INTERNACIONALES

INTRODUCCIÓN:

Las demandas cambiantes de los estudiantes y del mercado laboral global exigen una variedad de experiencias internacionales en la educación superior. Tanto los programas de corta como de larga duración han experimentado un aumento en su popularidad, impulsado por la necesidad de desarrollar competencias globales y una mentalidad intercultural. En este contexto, resulta crucial para ESIC Universidad identificar formatos innovadores y modelos de colaboración interinstitucional que le permitan ofrecer programas internacionales atractivos y de alta calidad.

TENDENCIAS EN PROGRAMAS INTERNACIONALES DE CORTA DURACIÓN:

Los programas internacionales de corta duración ofrecen flexibilidad y la oportunidad de obtener una exposición internacional enfocada en un periodo de tiempo limitado. Una tendencia destacada es la de los programas dirigidos por profesores, que ofrecen experiencias inmersivas centradas en temas o industrias específicas. Estos programas permiten a los estudiantes obtener una visión de primera mano de las prácticas empresariales globales y los mercados internacionales bajo la guía de sus profesores.

Otras universidades brindan a los estudiantes la oportunidad de trabajar en desafíos empresariales reales en un contexto internacional y de explorar temas específicos como la inteligencia artificial o las relaciones entre empresa y gobierno en diferentes entornos.

Otra tendencia importante son los programas de verano, que combinan cursos académicos intensivos con actividades culturales. La IESEG School of Management ofrece programas de verano temáticos en áreas como emprendimiento, marketing digital, negocio de la moda, inteligencia artificial y sostenibilidad, que proporcionan una comprensión general del negocio y la gestión en un contexto global.

Finalmente, los programas virtuales de corta duración, que incluyen proyectos de aprendizaje internacional colaborativo en línea (COIL) e intercambios virtuales, están ganando popularidad por su accesibilidad y sostenibilidad. Un ejemplo de ello es el proyecto COIL entre la Skyline University Nigeria (SUN) y la University of Nebraska en Omaha (UNO), que reunió a estudiantes de ambos países para discutir un caso de estudio de negocios internacionales. Estos programas virtuales permiten a los estudiantes colaborar con compañeros internacionales y obtener perspectivas globales sin necesidad de movilidad física.

TENDENCIAS EN PROGRAMAS INTERNACIONALES DE LARGA DURACIÓN:

Los programas internacionales de larga duración ofrecen una inmersión más profunda en la cultura y el sistema académico del país anfitrión. Los programas de intercambio de semestre o año académico siguen siendo un modelo tradicional pero valioso para lograr esta inmersión. Estos programas brindan a los estudiantes la oportunidad de estudiar en instituciones de prestigio internacional y experimentar una cultura diferente durante un periodo prolongado.

Los programas de doble titulación o de titulación conjunta son colaboraciones formales entre dos instituciones que conducen a la obtención de títulos otorgados por ambas, y hoy en día se han convertido en la herramienta más eficaz para mejorar el posicionamiento internacional de una institución de educación superior. Wharton School y Johns Hopkins University SAIS ofrecen un programa de doble titulación en Negocios y Estudios Internacionales. Suffolk University ofrece un programa de doble titulación MBA/MSM que proporciona una base en gestión estratégica y marketing. Estos programas de doble titulación ofrecen una propuesta de valor única al combinar conocimientos y habilidades de dos campos complementarios.

MODELOS INNOVADORES DE COLABORACIÓN INTERINSTITUCIONAL:

La colaboración entre instituciones es fundamental para ampliar la oferta y el alcance de los programas internacionales. Los consorcios y redes universitarias permiten a las instituciones compartir recursos y ofrecer programas conjuntos.

La franquicia y los campus satélite son otros modelos de colaboración que permiten expandir la oferta educativa a través de las fronteras. La Universidad de Nottingham estableció campus en Malasia y China, lo que le permitió ampliar significativamente su presencia internacional.

Finalmente, el concepto de campus global virtual está emergiendo como un modelo innovador que aprovecha las plataformas y tecnologías en línea para ofrecer programas conjuntos y facilitar la colaboración sin necesidad de desplazarse físicamente.

CONCLUSIÓN:

Para ESIC Universidad, es esencial ofrecer una cartera diversa de programas internacionales que atiendan a las diferentes necesidades y preferencias de los estudiantes. Esto incluye la expansión de programas de corta duración dirigidos por profesores y programas de verano temáticos, así como el desarrollo de programas de doble titulación en áreas estratégicas como el marketing digital y el análisis de negocios. La participación en redes académicas globales y la exploración de modelos de colaboración innovadores, como los campus virtuales, también pueden enriquecer la oferta internacional de ESIC. La integración de componentes virtuales en todos los tipos de programas puede mejorar la accesibilidad y la sostenibilidad de la internacionalización.

4. ESTRATEGIAS PARA LA ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DE ESTUDIANTES INTERNACIONALES

INTRODUCCIÓN:

La atracción y retención de estudiantes internacionales, tanto entrantes como salientes, es crucial para mejorar la reputación global de la universidad y enriquecer el entorno del campus. Para lograr este objetivo, ESIC Universidad debe implementar estrategias efectivas de posicionamiento, ofrecer servicios de apoyo integrales y desarrollar programas de intercambio atractivos.

MEJORES PRÁCTICAS PARA LA ATRACCIÓN DE ESTUDIANTES INTERNACIONALES (INCOMING):

Para atraer estudiantes internacionales, es fundamental comprender sus motivaciones y preferencias, siendo el avance profesional un factor clave en su decisión de estudiar en el extranjero. Por lo tanto, los materiales de marketing de ESIC Universidad deben destacar claramente las oportunidades profesionales y las historias de éxito de sus alumni internacionales. Es importante destacar las alianzas con el sector privado y las oportunidades de carrera que ofrece la universidad, mostrando las conexiones con empresas líderes y presentando testimonios de alumni que resaltan su progreso profesional después de graduarse.

En el contexto español, se deben destacar las oportunidades de permisos de trabajo tras la graduación, proporcionando información clara sobre las posibilidades de empleo después de finalizar los estudios. Además, es fundamental desarrollar servicios de orientación profesional sólidos y adaptados a las necesidades de los estudiantes internacionales, que incluyan asistencia en la elaboración de currículums y cartas de presentación, preparación para entrevistas y apoyo en la búsqueda de empleo en el mercado laboral español, ampliando los servicios actuales para los alumnos de otras nacionalidades.

La creación de programas de embajadores estudiantiles puede ser muy efectiva, ya que conecta a estudiantes potenciales con estudiantes internacionales actuales para que compartan sus experiencias auténticas en la universidad. Asimismo, se debe aprovechar las redes de exalumnos, involucrando a los exalumnos internacionales en los esfuerzos de reclutamiento mediante entrevistas, seminarios web o programas de mentoría.

También es fundamental abordar la creciente preocupación sobre los visados y permisos de inmigración, proporcionando información clara y completa sobre los procesos de solicitud de visado, ya sea acompañando directamente al alumnado o a través de terceros.

No se debe olvidar la importancia de promocionar la ubicación, resaltando los beneficios y atractivos de estudiar en España, especialmente en Madrid. Ofrecer opciones flexibles de aprendizaje, como cursos en línea o semipresenciales, también puede atraer a un público internacional más amplio.

MEJORES PRÁCTICAS PARA LA RETENCIÓN DE ESTUDIANTES INTERNACIONALES (INCOMING):

Para retener a los estudiantes internacionales una vez que han sido admitidos, es fundamental desarrollar programas de orientación integrales que faciliten su transición a la cultura académica y social española. Organizar eventos y actividades que promuevan la comprensión e integración intercultural es clave para fomentar un ambiente de campus acogedor e inclusivo.

El establecimiento de programas de mentoría que emparejen a estudiantes internacionales con estudiantes locales puede facilitar el intercambio cultural y ayudar a los estudiantes internacionales a construir conexiones locales. Ofrecer apoyo lingüístico y programas puente para quienes cuya lengua materna no es el español también es crucial. Finalmente, es importante crear un entorno de apoyo que aborde el bienestar integral de los estudiantes internacionales, incluyendo recursos para la salud mental.

ESTRATEGIAS PARA APOYAR A LOS ESTUDIANTES INTERNACIONALES (OUTGOING):

Para los estudiantes de ESIC Universidad que deseen realizar una experiencia internacional, es importante proporcionar información y orientación claras sobre los programas de intercambio, facilitando el proceso de solicitud y participación. Se debe ofrecer una orientación previa a la partida para preparar a los estudiantes para su estancia en el extranjero.

Asegurar la transferencia de créditos académicos es fundamental para que su experiencia internacional sea reconocida en su titulación en ESIC Universidad. Mantener la comunicación y el apoyo durante su tiempo en el extranjero, y facilitar su reincorporación y la manera de aprovechar su experiencia internacional tras su regreso, son también aspectos esenciales.

CONCLUSIÓN:

La atracción y retención de estudiantes internacionales requieren un enfoque integral que abarque estrategias de marketing efectivas, servicios de apoyo personalizados y la creación de una cultura de campus acogedora e inclusiva. ESIC Universidad debe centrarse en comprender las motivaciones de los estudiantes internacionales, destacar sus fortalezas y oportunidades, y ofrecer un apoyo continuo durante toda su experiencia en la universidad.

5. PROFESORADO INTERNACIONAL Y CULTURA ACADÉMICA GLOBAL

INTRODUCCIÓN:

La capacidad de una universidad para proyectarse globalmente depende en gran medida del talento, la diversidad y la experiencia internacional de su claustro. En este sentido, ESIC Universidad concibe la atracción, el desarrollo y la retención del profesorado internacional como un proceso integral que combina excelencia académica, bienestar profesional y sentido de pertenencia institucional.

5.1. MODELOS DE ÉXITO PARA LA ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DE PROFESORADO INTERNACIONAL

Para atraer a profesorado de alto nivel, ESIC Universidad debe posicionarse como un destino académico competitivo y con propósito. Esto requiere articular una propuesta de valor que combine tres dimensiones fundamentales: el proyecto académico, el entorno de investigación y la calidad de vida institucional.

1. **Excelencia académica y entorno de investigación:** ESIC Universidad promoverá un ecosistema académico estimulante que fomente la producción científica y la transferencia de conocimiento. Para ello:
 - Se impulsarán líneas de investigación internacionales vinculadas al marketing, a la gestión empresarial, a la sostenibilidad y a la digitalización.
 - Se fortalecerán los programas de investigación aplicada y los proyectos en red con universidades y centros internacionales.
 - Se ofrecerán facilidades logísticas y administrativas para reducir la carga operativa del profesorado investigador.
2. **Condiciones competitivas y desarrollo profesional:** el reconocimiento y la estabilidad son factores decisivos para atraer y fidelizar talento global. ESIC Universidad deberá:
 - Diseñar paquetes de compensación competitivos, alineados con los estándares internacionales.
 - Ofrecer beneficios relacionados con la movilidad, la investigación y la formación continua.
 - Implementar un plan de carrera académica internacional, que reconozca la experiencia global, las publicaciones indexadas y la contribución a la comunidad científica.
3. **Integración y bienestar del profesorado internacional:** el proceso de incorporación de nuevos docentes internacionales debe incluir un programa de acogida integral que abarque desde la obtención de visados hasta el acompañamiento en su instalación en España.
 - Se promoverá un servicio de apoyo al profesorado internacional.
 - Se desarrollarán iniciativas de mentoring entre profesores locales e internacionales para facilitar la integración cultural y académica.
 - Se promoverá un entorno de trabajo inclusivo, diverso y saludable, que atienda las necesidades personales y familiares del profesorado desplazado.

4. Redes académicas y presencia global: la visibilidad internacional de ESIC Universidad también dependerá de su capacidad para posicionar a su profesorado en el ecosistema académico global.
 - Se incentivará la participación en congresos, redes y asociaciones internacionales (AACSB, EFMD, EAIE, CLADEA, etc.).
 - Se apoyará la coautoría internacional y la dirección compartida de tesis y proyectos con otras instituciones.
 - Se impulsará la figura del “Visiting Professor Program”, que permita estancias cortas o sabáticas de docentes extranjeros y fomente vínculos duraderos.
5. La movilidad académica y la cooperación docente son herramientas estratégicas para el desarrollo de capacidades interculturales:
 - Se promoverán programas de movilidad saliente para el profesorado ESIC Universidad, favoreciendo el intercambio de metodologías docentes e investigación conjunta.
 - Se desarrollará un fondo de movilidad docente internacional, que permita financiar estancias de corta duración en universidades socias.
 - Se incentivarán los seminarios COIL y la docencia compartida virtual, fortaleciendo el Global Campus ESIC.

Este conjunto de acciones configura un modelo sostenible de internacionalización del profesorado, que no solo busca atraer talento, sino también construir comunidad, identidad y prestigio académico.

5.2. LA INTERNATIONAL WEEK COMO ESPACIO DE COLABORACIÓN Y LIDERAZGO GLOBAL

La International Week de ESIC Universidad debe consolidarse como un evento anual insignia, un espacio de encuentro, colaboración y proyección académica internacional. Más que una semana de actividades, debe entenderse como un laboratorio de cooperación global.

Objetivos estratégicos de la International Week:

1. Visibilizar la proyección internacional de ESIC Universidad, reforzando su posicionamiento como institución global de referencia en marketing y management.
2. Fomentar la colaboración académica y científica, creando espacios de cocreación y aprendizaje entre docentes, investigadores, alumni y socios internacionales.
3. Inspirar a los estudiantes mediante la exposición a diferentes perspectivas culturales, profesionales y pedagógicas.

Estructura y contenidos:

- Paneles académicos internacionales sobre innovación educativa, sostenibilidad, marketing y tecnología.
- Talleres y masterclass conjuntas con universidades y empresas globales.
- Sesiones de networking profesional entre profesores, estudiantes y socios internacionales.
- Actividades culturales y solidarias que reflejen la diversidad del campus y promuevan la inclusión.
- Componentes virtuales e híbridos que amplíen el alcance del evento y fomenten la participación global.

Evaluación e impacto:

- Se establecerán indicadores de impacto académico y reputacional, como el número de participantes, los acuerdos derivados, las menciones en medios y la satisfacción general.
- La International Week deberá integrarse en la Memoria Anual de Internacionalización, reflejando sus resultados como uno de los principales instrumentos de posicionamiento internacional de ESIC Universidad.

5.3. INICIATIVAS COMPLEMENTARIAS

Para fortalecer la internacionalización del claustro y su proyección institucional, ESIC Universidad desarrollará un conjunto de iniciativas complementarias alineadas con la estrategia global 2025–2029:

1. Programa Global Faculty Fellows, que reconozca la labor de los docentes con alto impacto internacional.
2. Seminarios Faculty Talks, donde el profesorado internacional comparta experiencias de investigación y docencia global.
3. Red de Profesores Alumni Internacionales, para mantener el vínculo con docentes visitantes o antiguos colaboradores.
4. Plan de innovación docente internacional, orientado a la actualización metodológica y la integración de la competencia intercultural.

Estas iniciativas, junto con la International Week y los programas de movilidad docente, permitirán que ESIC Universidad consolide una comunidad académica internacional sólida, diversa y con propósito.

CONCLUSIÓN:

La atracción y retención de profesorado internacional requieren una estrategia proactiva que destaque las oportunidades de investigación, ofrezca paquetes competitivos y brinde un apoyo integral.

6. POLÍTICA DE ALIANZAS Y POSICIONAMIENTO GLOBAL EN MARKETING

6.1. POLÍTICA INSTITUCIONAL DE ALIANZAS INTERNACIONALES

ESIC Universidad debe establecer una política institucional clara y proactiva para gestionar sus alianzas académicas internacionales. Esta política establecerá criterios de selección rigurosos, priorizando la reputación académica, la excelencia investigadora, la calidad de los programas y la alineación estratégica con los valores y objetivos institucionales de ESIC.

Cada acuerdo debe responder a objetivos medibles y compartidos, definiendo desde el inicio su alcance, compromisos mutuos y resultados esperados.

Asimismo, la política incorporará un proceso formal de due diligence, que permita evaluar los riesgos, beneficios y sostenibilidad de cada colaboración.

Para garantizar su eficacia, se implementarán marcos de gobernanza y evaluación continua, asegurando una comunicación fluida, mecanismos de seguimiento y revisión anual de resultados.

6.2. CALIDAD DE LOS SOCIOS: PRIORIZAR LA EXCELENCIA SOBRE LA CANTIDAD

La internacionalización de ESIC Universidad debe fundamentarse en alianzas de impacto, no en cantidad. El foco se centrará en instituciones estratégicamente alineadas, con prestigio reconocido en marketing, management y tecnología, campos en los que ESIC Universidad ofrece un valor diferencial.

La meta es consolidar una red de socios core que compartan estándares académicos, metodológicos y éticos, y que contribuyan activamente al desarrollo del Global Campus ESIC.

6.3. POSICIONAMIENTO GLOBAL DE ESIC UNIVERSIDAD EN EL ÁMBITO DEL MARKETING

Para consolidarse como un referente global en marketing, tecnología y gestión empresarial, ESIC Universidad debe desarrollar una estrategia de posicionamiento internacional que integre investigación, docencia, marca y reputación institucional.

Ejes de posicionamiento:

1. Excelencia académica e investigadora: promover la producción científica y su publicación en revistas de alto impacto.
2. Talento docente global: atraer y retener a profesores internacionales líderes en marketing y gestión.
3. Innovación educativa: desarrollar programas especializados en marketing digital, sostenibilidad y análisis de datos.
4. Presencia activa en redes internacionales: fortalecer la participación en congresos, asociaciones y consorcios especializados.
5. Alumni de impacto: destacar los logros de egresados que lideran proyectos y empresas globales, consolidando la marca ESIC como sinónimo de liderazgo responsable.

Este posicionamiento no solo elevará la reputación académica de la institución, sino que fortalecerá su atractivo para estudiantes, socios y empresas internacionales.

6.4. MECANISMOS PARA ALCANZAR EL RECONOCIMIENTO GLOBAL

El reconocimiento internacional requiere una estrategia de marketing académico global articulada en torno a tres ejes: visibilidad, coherencia y resultados.

Acciones clave:

1. Implementar un plan global de marca y comunicación internacional, con presencia en rankings, ferias, medios y plataformas especializadas.
2. Asignar recursos específicos a la promoción institucional y al desarrollo de relaciones internacionales estratégicas.
3. Definir indicadores de desempeño (KPIs) en áreas como visibilidad mediática, colaboraciones, movilidad, publicaciones y alianzas activas.
4. Revisar y ajustar periódicamente la estrategia, garantizando su alineación con las tendencias del sector educativo global y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

CONCLUSIÓN:

La construcción de un Global Campus de excelencia exige visión, coherencia y liderazgo.

ESIC Universidad debe consolidar un marco institucional que priorice la calidad de sus alianzas, fortalezca su identidad global y potencie su liderazgo en el ámbito del marketing y la gestión empresarial.

A través de una política de alianzas sólida, una red de socios estratégicos y una presencia académica internacional reconocida, ESIC Universidad reafirmará su propósito: formar líderes globales capaces de transformar organizaciones y sociedades con ética, innovación y propósito.

7. INTEGRANDO LOS VALORES Y EL PROPÓSITO INSTITUCIONAL EN LA INTERNACIONALIZACIÓN

INTRODUCCIÓN:

Es fundamental que la estrategia de internacionalización de ESIC Universidad esté alineada con sus valores

fundamentales de transformar personas para un mundo mejor, enfatizando la educación en valores y enriqueciendo la experiencia internacional del estudiante.

Para integrar sus valores fundamentales, ESIC Universidad debe definir claramente una responsabilidad institucional en línea con su compromiso global, declarando explícitamente sus valores y su propósito en los documentos de su estrategia de internacionalización. Una declaración clara de valores proporcionará un marco rector para todas las actividades de internacionalización.

También es esencial promover el aprendizaje y la comprensión intercultural, diseñando programas y actividades que fomenten el respeto por las diversas culturas y perspectivas. El aprendizaje intercultural es un aspecto clave de la educación en valores en un contexto global.

Se debe destacar la responsabilidad social y la conducta ética, integrando consideraciones éticas y un enfoque en el impacto social positivo en las colaboraciones y programas internacionales. La responsabilidad social y el comportamiento ético son parte integral de la transformación de las personas para un mundo mejor.

Garantizar la equidad e inclusión en las oportunidades internacionales, proporcionando acceso a experiencias internacionales para estudiantes de diversos orígenes y asegurando un trato justo a los estudiantes y académicos internacionales, es un aspecto fundamental. La equidad y la inclusión son valores fundamentales que deben sustentar todos los esfuerzos de internacionalización.

Se debe promover la colaboración y el beneficio mutuo en las asociaciones, enfatizando las relaciones recíprocas con socios internacionales basadas en el respeto y los objetivos compartidos. Las asociaciones éticas se basan en el respeto mutuo y los beneficios compartidos.

Finalmente, es importante proteger y promover la diversidad cultural y lingüística, respetando las preocupaciones y prácticas locales al trabajar en el extranjero. El respeto por la diversidad cultural y lingüística es esencial para un compromiso global efectivo.

INTEGRANDO LA EDUCACIÓN EN VALORES EN LA EXPERIENCIA INTERNACIONAL DEL ESTUDIANTE:

ESIC Universidad debe diseñar un currículo con una perspectiva global y ética, incorporando estudios de caso, debates y proyectos que exploren dilemas éticos y desafíos globales. También se deben proporcionar oportunidades para el aprendizaje-servicio y el compromiso comunitario en contextos internacionales, permitiendo a los estudiantes aplicar sus conocimientos y habilidades para abordar problemas del mundo real.

Es importante facilitar la reflexión sobre las experiencias internacionales, alentando a los estudiantes a analizar críticamente sus vivencias en el extranjero y conectarlas con sus valores personales y metas futuras. Además, se debe promover el diálogo y la comprensión intercultural en el campus, creando espacios y oportunidades para que estudiantes de diferentes orígenes interactúen y aprendan unos de otros.

ASEGURANDO UNA EXPERIENCIA INTERNACIONAL COMPLETA:

ESIC Universidad debe proporcionar apoyo y recursos antes, durante y después, abordando las necesidades de los estudiantes a lo largo de su trayectoria internacional. Esto incluye ofrecer orientación cultural previa a la partida y preparación lingüística, equipando a los estudiantes con las habilidades y el conocimiento necesarios para su movilidad en el extranjero. También se debe proporcionar apoyo y orientación in situ durante los programas de estudio en el extranjero o de intercambio, asegurando que los estudiantes tengan acceso a asistencia y recursos mientras estén en el extranjero.

CONCLUSIÓN:

La integración de los valores fundamentales y el propósito institucional en la estrategia de internacionalización de ESIC Universidad es esencial para cumplir con su misión de transformar personas para un mundo mejor. Al incorporar principios de comprensión intercultural, responsabilidad social, ética, equidad y colaboración en todas las actividades internacionales, y al garantizar una experiencia internacional integral para los estudiantes, ESIC puede fortalecer su identidad como una universidad con propósito y convertirse en un referente en la educación en valores en un contexto global.

8. INTEGRANDO LOS PROGRAMAS ACADÉMICOS EXISTENTES

INTRODUCCIÓN:

Para que la estrategia de internacionalización sea verdaderamente efectiva, debe integrar todos los programas con los que cuenta ESIC Universidad. El objetivo es asegurar que todos los programas académicos se beneficien de la internacionalización y contribuyan a los objetivos globales de la universidad en este ámbito.

ESTRATEGIAS DE INTEGRACIÓN:

Una estrategia fundamental es internacionalizar el currículo de todos los programas existentes, incorporando perspectivas globales, estudios de caso internacionales y contenido intercultural. Esto asegurará que todos los graduados de ESIC Universidad desarrollen una mentalidad global. También es importante ofrecer oportunidades de estudio en el extranjero para estudiantes de todos los programas, creando vías para que participen en intercambios o experiencias internacionales de corta duración. La experiencia internacional mejora la empleabilidad y la competencia global de los graduados en todas las disciplinas.

Se debe alentar al profesorado de todos los departamentos a participar en proyectos de investigación y colaboración internacional, fomentando una cultura de compromiso global en toda la universidad. La colaboración internacional en investigación enriquece la calidad y el impacto de la investigación en todas las disciplinas. Otra estrategia es desarrollar programas de doble o conjunta titulación que aprovechen las fortalezas de diferentes departamentos, creando programas internacionales interdisciplinarios.

Además, se debe promover el perfil y las oportunidades internacionales en los materiales de marketing de cada programa, resaltando los aspectos globales de cada titulación para atraer a estudiantes internacionales. Finalmente, se puede fomentar la participación del profesorado internacional en la enseñanza de diversos programas, animando a los profesores internacionales a compartir su experiencia en una mayor variedad de cursos.

CONCLUSIÓN:

La internacionalización debe ser un esfuerzo que involucre a toda la universidad y que se refleje en todos los programas académicos. Al integrar una dimensión global en el currículo, promover la movilidad de estudiantes y profesores, desarrollar programas interdisciplinarios, aprovechar herramientas virtuales y destacar los aspectos internacionales en la promoción, ESIC University puede garantizar que toda su oferta académica contribuya y se beneficie de su estrategia de internacionalización.

9. RECOMENDACIONES CLAVE Y PLAN DE ACCIÓN (2025–2030)

9.1. RECOMENDACIONES GENERALES

1. Formalizar y comunicar la Estrategia de Internacionalización 2025–2030 como un documento de referencia transversal que integre la internacionalización en la misión, la docencia, la investigación y la gestión institucional.
2. Constituir el Comité de Internacionalización Institucional (CII), dependiente del equipo de alta dirección, con representación de todas las facultades y unidades operativas.
3. Asignar un presupuesto anual estable destinado al cumplimiento de los cinco ejes estratégicos.
4. Definir KPIs claros y medibles que aseguren la trazabilidad de los resultados académicos, reputacionales y financieros.
5. Actualizar la estrategia anualmente según los datos de desempeño y las tendencias globales en la educación superior.

9.2. PLAN DE ACCIÓN POR PILAR ESTRATÉGICO

EJE 1. PROGRAMAS INTERNACIONALES

1. Ampliar la cartera de programas cortos e inmersivos en Marketing, Management y Tecnología, dirigidos por profesores de ESIC Universidad en centros globales.
2. Desarrollar escuelas de verano e invierno temáticas, dirigidas a estudiantes y profesionales internacionales.
3. Establecer nuevos acuerdos de intercambio con universidades líderes en las tres áreas de conocimiento, garantizando reciprocidad y equilibrio.
4. Priorizar los dobles grados (3+1) y los dobles másteres (1+1) en disciplinas estratégicas con socios de alto nivel.
5. Integrar experiencias COIL y movilidad virtual en al menos el 50 % de los programas académicos.

EJE 2. ESTUDIANTES INTERNACIONALES

1. Implementar una estrategia global de captación enfocada en Latinoamérica, Europa y Asia, combinando marketing digital, redes académicas y presencia en ferias internacionales.
2. Mejorar los recursos digitales multilingües y la experiencia de usuario en los canales online de ESIC Universidad.
3. Fortalecer los servicios de carrera internacional, incluyendo acompañamiento en visados, orientación profesional y networking global.
4. Establecer un programa integral de acogida y mentoría para los estudiantes de matrícula.
5. Desarrollar un programa de acompañamiento outgoing con orientación previa, tutorías durante la movilidad y reintegración posterior.
6. Incorporar a los alumnos internacionales de intercambio (IC) en la red de alumni de ESIC Universidad, ofreciendo condiciones preferentes de acceso a programas de postgrado.

Meta 2030: alcanzar el 30 % de alumnado internacional total (grado y posgrado).

EJE 3. PROFESORADO INTERNACIONAL

1. Desarrollar una estrategia para atraer y retener profesorado internacional en marketing, management y tecnología.
2. Crear el Programa de Profesores Visitantes (Visiting Professor Program) para estancias cortas, conjuntas o sabáticas.
3. Implementar una ventanilla única para facilitar la gestión de visados, alojamiento y procesos de incorporación.
4. Consolidar la International Week como un evento académico anual con proyección global.
5. Fomentar la participación en redes internacionales (AACSB, EFMD, EAIE, CLADEA, etc.) y en proyectos de investigación conjunta.

Meta 2030: aumentar la presencia de profesorado internacional y lograr que el 20 % del claustro tenga experiencia docente o investigadora internacional.

EJE 4. GLOBAL CAMPUS Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS

1. Establecer una política de alianzas internacionales que incluya criterios de calidad, procesos de due diligence y mecanismos de evaluación.
2. Priorizar socios estratégicos core con reputación reconocida en marketing, management y tecnología.
3. Consolidar 20 alianzas activas de alto impacto.
4. Participar en consorcios y redes académicas globales, promoviendo la cooperación multilateral.
5. Desarrollar el Campus Virtual Global ESIC, integrando programas híbridos y COIL multilaterales.
6. Explorar la creación de un nuevo campus satélite internacional en regiones estratégicas (Latam o Asia) en el horizonte 2030.

9.3. INTEGRACIÓN ACADÉMICA Y CURRICULAR

- Crear un grupo interfacultativo de internacionalización curricular.
- Incluir componentes globales y digitales (COIL) en al menos el 25 % de las asignaturas.
- Desarrollar dobles titulaciones y programas interdisciplinarios entre marketing, management y tecnología.
- Financiar proyectos de investigación y docencia internacional liderados por el profesorado de ESIC Universidad.
- Formar al claustro en metodologías internacionales y competencias interculturales.
- Garantizar que todos los materiales de comunicación resalten la dimensión internacional de los programas.

9.4. GOBERNANZA Y EVALUACIÓN

1. Consolidar el Comité de Internacionalización Institucional (CII) como un órgano permanente de planificación y seguimiento.
2. Publicar una Memoria Anual de Internacionalización que incluya un análisis de resultados y las medidas correctivas correspondientes.
3. Evaluar semestralmente los KPIs de desempeño y ajustar la estrategia según las evidencias.
4. Aumentar el presupuesto institucional en iniciativas internacionales.

CONCLUSIÓN

La implementación de este plan permitirá a ESIC Universidad consolidar su liderazgo en Marketing, Management y Tecnología a nivel global.

En 2030, los hitos alcanzables serán:

1. El 30 % del alumnado total es de origen internacional.
2. El 20 % del profesorado es internacional o tiene experiencia internacional.

Estos logros reforzarán la reputación de ESIC como universidad global con propósito, referente en formación, investigación y transferencia de conocimiento en el ámbito del marketing y la gestión empresarial.

Objetivo global 2030: alcanzar el 30 % del alumnado internacional total, equilibrando la presencia regional y diversificando los orígenes de los estudiantes.

CONCLUSIÓN: 60 AÑOS MIRANDO AL FUTURO

En el año en que ESIC celebra seis décadas de historia, esta Estrategia Académica Internacional marca el inicio de una nueva etapa: la de una universidad que extiende su propósito fundacional más allá de las fronteras.

ESIC ha formado generaciones de profesionales que hoy lideran en los cinco continentes. Ahora, con esta hoja de ruta 2025–2030, reafirma su compromiso con una educación global, ética y transformadora.

Porque en ESIC, el mundo es nuestra aula, el talento nuestro motor y el propósito nuestra razón de ser.