

FECHA: 31/07/2014

EXPEDIENTE Nº: 1676/2009

ID TÍTULO: 4311018

EVALUACIÓN SOBRE LA PROPUESTA DE MODIFICACIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS

Denominación del Título	Máster Universitario en Estrategia y Marketing de Empresa por la Universidad de Castilla-La Mancha
Universidad solicitante	Universidad de Castilla-La Mancha
Universidad/es participante/s	Universidad de Castilla-La Mancha
Centro/s	<ul style="list-style-type: none">• Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales• Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales• Facultad de Ciencias Sociales• Facultad de Derecho y Ciencias Sociales
Rama de Conocimiento	Ciencias Sociales y Jurídicas

El Consejo de Universidades ha remitido a ANECA la solicitud de MODIFICACIÓN del plan de estudios ya verificado de este título oficial. Dicha solicitud se presenta al amparo del artículo 28 del Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010, por el que se establece el procedimiento para la modificación de planes de estudios ya verificados.

La evaluación de la modificación del plan de estudios se ha realizado por una Comisión de Evaluación formada por expertos nacionales e internacionales del ámbito académico, profesionales y estudiantes. Los miembros de la Comisión han sido seleccionados y nombrados según el procedimiento que se recoge en la Web de la agencia dentro del programa VERIFICA.

Dicha Comisión de evaluación, de forma colegiada, ha valorado la modificación del plan de estudios de acuerdo con los criterios recogidos en el Protocolo de evaluación para la verificación.

Una vez examinada la solicitud de modificaciones la Comisión de Evaluación emite un informe de evaluación FAVORABLE, considerando que:

MOTIVACIÓN

La propuesta de Modificación del Título Oficial no supone un cambio que afecte a su naturaleza y objetivos.

El presente informe únicamente recoge la evaluación de los aspectos señalados en la solicitud de modificaciones presentadas a través de la sede electrónica del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, no considerándose evaluados aquellos aspectos que la Universidad haya modificado en la memoria y no hayan sido señalados en el formulario de modificación

Los aspectos considerados en la solicitud de modificación son:

MODIFICACIONES SOLICITADAS

GENERAL

Se propone una modificación del plan consistente en la ampliación del número de plazas ofertadas en el Máster Universitario en Estrategia y Marketing de la Empresa de 40 a 60 alumnos para ofrecer 15 plazas en cada uno de los centros en los que se imparte el Máster.

El Máster Universitario en Estrategia y Marketing de la Empresa se ofrece en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (Albacete), la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales (Ciudad Real), la Facultad de Ciencias Sociales (Cuenca), y la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales (Toledo).

1.3 - Universidades y centros en los que se imparte

Se solicita la ampliación del número de plazas ofertadas en el Máster Universitario en Estrategia y Marketing de la Empresa de 40 a 60 alumnos para ofrecer 15 plazas en cada uno de los centros en los que se imparte el Máster. El Máster Universitario en Estrategia y Marketing de la Empresa se ofrece en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (Albacete), la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales (Ciudad Real), la Facultad de Ciencias Sociales (Cuenca), y la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales (Toledo). Las razones que justifican esta solicitud de ampliación del número de plazas ofertadas son las siguientes: -Elevada demanda de plazas: El número de solicitudes en los tres últimos cursos se ha situado entre 130 y 150 candidatos de diversas titulaciones. La mayoría de estos candidatos poseen titulaciones que se adecúan al perfil del Máster, como licenciados y graduados en Administración y Dirección de Empresas, licenciados y graduados en Economía, graduados en Relaciones Laborales y Desarrollo de Recursos Humanos, licenciados y graduados en Relaciones Públicas y Publicidad. Son residuales los candidatos que disponen de titulaciones menos ajustadas al perfil del Máster como: ingenieros industriales, ingenieros informáticos, licenciados y graduados en Derecho, etc. Además, en el curso 2011/2012 todos los grados, específicamente los de Administración de Empresas y el de Economía, finalizaron el período de adaptación, asegurando una demanda suficiente de graduados interesados en acceder al Máster. En general, los alumnos muestran un elevado interés por realizar el Máster en el proceso de selección y durante su realización. Además, durante el desarrollo de las prácticas y en otros contactos con empresas, los gerentes señalan el interés de la formación adquirida en el Máster en Estrategia y Marketing de la Empresa para la alta dirección de las empresas, ya que en el contexto actual se enfrentan a la toma de decisiones estratégicas y de marketing vinculadas con los procesos de innovación, diversificación e internacionalización. -Disponibilidad de profesorado cualificado: La cantidad y cualificación de los profesores disponibles para impartir el Máster en Estrategia y Marketing de la Empresa ha crecido significativamente en capacidad docente e investigadora. En relación al profesorado perteneciente a la Universidad de Castilla-La Mancha, en primer lugar se destaca el incremento de la capacidad docente e investigadora del profesorado recogido en la memoria. Concretamente han aumentado en 21 los quinquenios docentes y 11 los sexenios de investigación. Además, desde la puesta en marcha del Máster cuatro profesores han accedido a la categoría de TU y una profesora dispone de la acreditación correspondiente. Todos ellos han aumentado significativamente su experiencia docente en posgrado, tanto en este como en otros Máster y Doctorados.

Respecto a los nuevos profesores, en los últimos cursos se han incorporado a la impartición del Máster 8 Contratados Doctores de Organización de Empresas y un Contratado Doctor y cuatro Ayudantes Doctores de Comercialización e Investigación de Mercados (cuatro de estos profesores están acreditados como TU y suman 18 quinquenios docentes). Por tanto, se dispone de profesores de la UCLM suficientes de las Áreas de Organización de Empresas y de Comercialización e Investigación de Mercados, especializados en docencia e investigación, para impartir las materias del Máster en Estrategia y Marketing de la Empresa. Entre los temas en los que están especializados los profesores destacan: dirección estratégica, innovación, gestión del conocimiento, dirección de recursos humanos, marketing en sectores específicos, marketing estratégico, teorías de la empresa, métodos de investigación, técnicas de investigación, responsabilidad social corporativa, e-business, etc. Además, los profesores están adscritos en centros de los cuatro campus en los que se imparte el Máster (Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo). En la impartición de las materias del módulo 3 -Investigación en Estrategia de la Empresa-, han colaborado en los últimos años numerosos profesores nacionales y extranjeros. Entre ellos señalamos los siguientes: Luís Ángel Guerras Martín (Universidad Rey Juan Carlos), F. Xavier Molina Morales (Universidad Jaime I), Juan Carlos Gazquez (Universidad de Almería), M^a Carmen Alarcón (Universidad Autónoma de Barcelona), Robert Cascio (Universidad Central Florida, EEUU), Ignacio Canales (Universidad de Glasgow, Reino Unido), Davide Consoli (Univesidad de Manchester, Reino Unido); Efthymios Constantinides (University of Twente, Holanda), Ana M^a Ussman (Universidad de Beira Interior, Portugal), Jolanta Sloniec (Universidad de Lublin, Polonia) y Francesco Schiavone (Universidad de Nápoles, Italia). Como se puede observar ha sido elevado el grado de internacionalización de los profesores que han impartido las materias del módulo investigador del Máster. Además, tal como se destaca en la memoria de verificación del título, el 100% de los profesores de la UCLM poseen el título de Doctor/a y el 100% de los profesores externos a la UCLM posee amplia experiencia investigadora. En el Módulo 2 -Estrategia de la empresa aplicada- del perfil profesional del Master, han intervenido diversos profesionales y consultores invitados, entre los que destacamos los siguientes: Yolanda Gutierrez -Human Concept-, Víctor López Viera -López Veira & Consultores Asociados-, Juan Pedro Manrique Cancha ¿Satec-, María Jesús Moya ¿Oracle-, Jesús Andicoberry ¿Tecon-; Dori López Nieves ¿Innova-, Sergio Rodriguez Granjo -Talavera Emprende-, Enrique Fuentes Abadanés -Eleva-Escuela de Coaching- y Feliz Lopez Capel -AJE Madrid-. Esto evidencia la variedad y cantidad de profesionales que aportaron sus conocimientos y experiencia a los alumnos de este perfil. Por otra parte cabe destacar, el aumento de tramos docentes y de investigación reconocidos entre los profesores pertenecientes a la UCLM, como muestra de la calidad docente e investigadora del profesorado, lo que permite un adecuado desarrollo de sus funciones. La calidad del profesorado es ampliamente reconocida por los alumnos del Máster, que en su mayoría otorgan en las encuestas valoraciones por encima de la media del conjunto de la Universidad. -Recursos materiales: Los cuatro centros en los que se imparte el Máster

cuentan con diversos seminarios y aulas con capacidad superior a 15 alumnos, que están especialmente preparados para los métodos que se desarrollan en las diferentes materias del Máster. Los seminarios disponen de pizarras, ordenador con acceso a internet por cable y proyector. También tienen mesas móviles adecuadas para el desarrollo de trabajos grupales. Por otro lado, en los cuatro centros existen salas de videoconferencia con capacidad superior a 15 plazas, que se utilizan con asiduidad en sesiones conjuntas de todos los campus. La biblioteca de la Universidad tiene extensiones en Bibliotecas generales que están presentes en los campus de Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo. Además, algunas de estas facultades cuentan con biblioteca propia con una orientación dirigida a las ciencias económicas y empresariales como la Biblioteca de Investigación ¿Melchor de Macanaz¿ (Albacete) y la Biblioteca de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales (Ciudad Real). En total, las bibliotecas ofrecen aproximadamente 4700 puestos de lectura y consulta bibliográfica. Se ha adoptado un elevado esfuerzo de provisión documental en la Universidad. Un ejemplo de ello es la adquisición de fondos bibliográficos por un total aproximado de 1,8 millones de euros en 2011. La Biblioteca dispone de más de un millón de volúmenes (entre monografías y material especial), 9.000 suscripciones específicas a revistas (de las cuales más de 600 son accesibles en línea) y 24.000 más vía suscripciones a bases de datos documentales. En particular, los alumnos del Máster en Estrategia y Marketing de la Empresa tienen acceso al material electrónico proporcionado por las bases de datos ProQuest (<http://search.proquest.com/>) y EBSCO HOST (<http://search.ebscohost.com/>) por las que se pueden consultar un porcentaje elevado de las revistas de empresa. Se puede encontrar información más detallada de la biblioteca en <http://biblioteca.uclm.es/Archivos/Memoria2011.pdf>. La combinación de una elevada demanda de plazas para realizar el Máster en Estrategia y Marketing, con la disponibilidad de recursos humanos y medios materiales suficientes y adecuados justifican la solicitud de incrementar el número de plazas de acceso al Máster de 40 a 60 alumnos (15 plazas en cada uno de los centros).

Madrid, a 31/07/2014:

EL DIRECTOR DE ANECA



Rafael van Grieken