

Màster universitari en Màrqueting. Msc in Marketing

1 Presentació del títol

<https://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/ca/master-universitari-en-marqueting>

2 Anàlisi i valoració general del títol

2.1 E1: “Qualitat del programa formatiu”.

En relació al pla d’estudis

Durant el curs 2017-2018 es despleguen uns canvis que s’havien sol·licitat amb anterioritat per tal de poder iniciar la nova versió en anglès:

- Es canvia la denominació d’una assignatura optativa de “Investigación de Mercados Avanzada / Advanced Market Research” a “Investigación de Mercados: Métodos/ Market Research: Methods”
- S’incorpora la possibilitat de realitzar assignatures optatives d’altres màsters universitaris impartits en la UPF Barcelona School of Management

Durant el curs els alumnes no han triat aquesta possibilitat per un tema d’incompatibilitat d’horaris però des de la Direcció Acadèmica es torna a estudiar la manera de poder compatibilitzar i que els estudiants puguin aprofitar aquesta ampliació d’oferta optativa.

En relació al perfil del participants i les places

Indicadors (versió castellà)	2015-2016	2016-2017	2017-2018
Places ofertes	50	50	30
Nº admesos	61	113	40
Nº preinscrits	43	56	92
Nº matriculats total	35	43	32
Estudiants de nou ingrés	35	42	32

Indicadors (versió en anglès)	2017-2018
Places ofertes	30
Nº admesos	49
Nº preinscrits	24
Nº matriculats total	17
Estudiants de nou ingrés	17

En la versió en castellà el nombre d’alumnes matriculats ha estat excel·lent a la fi de mantenir una bona gestió amb els estudiants i un bon desplaçament del curs. El descens en el número de

matricules ha facilitat la coordinació i la gestió. Sent per tant entre 30 i 35 alumnes el número desitjable pel cos docent.

Durant el curs 2017-2018 s'ha posat en marxa la primera edició en la versió anglesa, estem molt satisfets amb el número de matriculats donades les dificultats de captar nous estudiants de perfil internacional. Tambè cal tenir en compte la competència que hi ha de titulacions en aquest àmbit els resultats són satisfactoris. En principi esperarem a tenir informació d'un parell més d'edicions per si cal fer un ajustament. S'ha de tenir en compte que sumats als alumnes de les dues edicions el número de total de places que es demanarà pels propers anys serà d'uns 60 en total que són les places verificades en la memòria.

En relació a coordinació docent

INDICADORS DE SATISFACCIÓ (versió en castellà)	2016-2017	2017-2018
% resposta	81,40%	84,38%
Coordinació de continguts (ALUMNES)	88,57%	70,37%

INDICADORS DE SATISFACCIÓ (versió en anglès)	2017-2018
% resposta	58,82%
Coordinació de continguts (ALUMNES)	60,00%

INDICADORS DE SATISFACCIÓ	2017-2018
% resposta	43,48%
Coordinació (DOCENTS)	100%

Pel que fa a la versió en castellà en les assignatures de "*Estrategia de Comunicació*" y "*Branding*" es van solapar els casos de classe pel que fa al tema corresponent a comunicació de marca". No tant pel que fa al contingut si no per l'exemple que es va utilitzar que va donar la sensació entre els alumnes que era redundant ja que en ambdues assignatures es va utilitzar com exemple el cas Dove. En un reunió de professorat es va tractar aquest tema i es va acordar que es revisarien els exemples i casos utilitzats a les sessions per tal d'evitar que es torni a repetir.

Pel que fa a la versió en anglès, hi va haver solapaments també pel que fa als exemples entre les dues assignatures de "*Shopper Marketing*". Des de la Direcció acadèmica s'han recollit aquests fets i es treballarà amb més detall en les reunions de claustre amb la fi que la reiteració d'exemples, encara que siguin analitzats des de diferents perspectives, no es tornin a repetir.

A banda d'aquest fet, **el curs s'ha desplegat amb normalitat i valorem molt positivament tant el disseny de la titulació com el perfil i nombre d'estudiants matriculats.**

2.2 E4: “Professorat”.

En relació a la qualificació del professorat (4.1)

ANY ACADEMIC (versió en castellà)	Número de professors per categories AQU i doctors	Altres	Associat	Perm 1	Perm 2	TOTAL	% professor acreditat
2017-2018	Doctors	4	1	3		8	12,50%
	No Doctors	10			2	12	

ANY ACADEMIC (versió en castellà)	Número d'hores realitzades per categories AQU i doctors	Altres	Associat	Perm 1	Perm 2	TOTAL	% Hores impartides de docència segon categoria
2017-2018	Doctors	85	29	211		325	60 %
	No Doctors	200			16	216	40%

ANY ACADEMIC (versió en anglès)	Número d'hores realitzades per categories AQU i doctors	Altres	Associat	Perm 1	Perm 2	TOTAL	% Hores impartides de docència segon categoria
2017-2018	Doctors	69	41	229		339	62%
	No Doctors	168			23	209	38%

En el darrer curs s'ha incrementat el número de doctors en la titulació, gràcies a la incorporació d'especialistes provinents de diferents àmbits. Des de la Direcció Acadèmica es treballa en aquesta línia amb la finalitat d'anar millorant aquest aspecte i arribar al percentatge que marca el RD en els terminis establerts per la moratòria (2019-20).

En relació a la satisfacció dels estudiants 4.1

INDICADORS DE SATISFACCIÓ (versió en castellà)	2016-2017	2017-2018
% resposta	81,4%	84,4%
Professorat (be + excel·lent). Qualitat del professorat	100%	92,59%

INDICADORS DE SATISFACCIÓ (versió en anglès)	%resposta	2017-2018
Professorat (be + excel·lent) Qualitat del professorat	47,06%	87,50%

Durant l'edició 2017-2018, la satisfacció dels estudiants respecte al professorat va baixar del 100%. Un aspecte que creiem pot haver tingut un impacte directe en aquest descens, és la incorporació de nous professors al programa. Per falta d'experiència en la dinàmica del Màster,

es van presentar aspectes de coordinació de notes i feed back als estudiants. Els professors han estat convocats per tal d'explicar-los i sol·licitar l'acompliment d'aquests aspectes.

Tot i això els indicadors de satisfacció de professorat es mantenen curs darrera curs, al voltant del 90% i per tant dins del marge d'excel·lència.

En relació a la dedicació del professorat (4.2)

ANY ACADEMIC	TOTAL HORES DE DOCENCIA	PDI ETC	TOTAL CRÈDITS MATRICULATS	EETC	E ETC/ PDI ETC
2017-2018	542,25	2,26	1920,00	32,00	14,16

El rati d'estudiants per professor es troba en una situació molt positiva respecte als límits marcats pel RD, que indiquen que un PDI tingui com a màxim un grup de 25 estudiants. Estem satisfets perquè creiem que aquesta dedicació arriba també als estudiants i a les seves valoracions.

En relació a la satisfacció del professorat amb el suport institucional a la docència (4.3)

INDICADORS DE SATISFACCIÓ (segons el professorat)	% resposta	2017-2018
<i>Valoració global</i>	43,48%	100%
<i>Suport institucional a la innovació docent</i>	43,48%	90%

Des de la Direcció del màster, s'impulsa la participació del professorat en millores docents, animant-los a que s'inscriguin i participin en activitats de formació de formadors que organitza la universitat o activitats dels diferents àmbits sectorials.

La valoració dels professors respecte al suport institucional és molt bona. Com a aportació a destacar, i de forma positiva és la petició d'una part del professorat que manifesten el seu interès per participar i rebre més formació.

En resum, el professorat que imparteix docència al Màster és suficient i adequat, d'acord amb les característiques de la titulació i el nombre d'estudiants. Els estudiants els valoren molt positivament.

2.3 E6: “Qualitat dels resultats dels programes formatius”.

En relació a la satisfacció dels estudiants amb la activitat formativa (6.1 i 6.2)

INDICADORS DE SATISFACCIÓ (versió en castellà)	2016-2017	2017-2018
% resposta	81,4%	84,4%
Intenció de repetir estudis (EIL). Recomanaria enquesta final.	100%	100%

INDICADORS DE SATISFACCIÓ (versió en anglès)	2017-2018
% resposta	58,8%
Intenció de repetir estudis (EIL). Recomanaria enquesta final.	100%

Donat que els resultats tal i com es pot veure són excel·lents cal fer una reflexió del baix nivell de resposta pel que fa a la versió anglesa. Des de la Direcció del programa s'atribueix aquest percentatge al fet que les enquestes finals es van passar als estudiants durant el darrer dia de presentació del TFM i per tants alguns d'ells ja havien presentat i no hi eren en aquell moment. Això explica el baix % de resposta. En qualsevol cas destacar que de les enquestes realitzades, el 100% dels estudiants va indicar que si recomanaria la titulació.

Per tant es proposa una millora de cara a l'any vinent en que es farà el suggeriment d'enviar les enquestes la darrera setmana de classe, abans de les ponències públiques davant del Tribunal, amb la finalitat d'obtenir major implicació de l'estudiant.

INDICADORS DE SATISFACCIÓ per cada assignatura (Ex+B) (versió en castellà)	2016-2017	% resposta	2017-2018
Shopper Marketing (Distribución)	100,00%	90,63%	100,00%
Estrategia de Comunicación	88,46%	87,50%	100,00%
Comportamiento del Consumidor	100,00%	90,63%	100,00%
Identificación de Oportunidades de Mercado	100,00%	81,25%	92,31%
Trabajo de Fin de Máster	75,00%	79,69%	90,20%
Marketing Relacional	55,56%	100,00%	90,00%
Marketing Digital	90,63%	90,63%	89,66%
Técnicas Cuantitativas y Finanzas Aplicadas al Marketing	94,59%	90,63%	89,66%
Nuevos Temas en Gestión de Marketing	44,44%	85,71%	83,33%
Investigación de Mercados: Generación de Consumer Insights	96,88%	81,25%	76,92%

Marketing analytics y big data	90,91%	78,13%	76,00%
Marketing Estratégico		90,63%	62,07%
Gestión de Marca y Planificación de Marca	88,46%	75,00%	50,00%
Shopper Marketing (Precio y Promoción)	100,00%		

En la majoria de les assignatures el % està per sobre del 75%. En el cas de l'assignatura "Gestión de Marca y Planificación de Marca", que va baixar fins un 50%, el motiu es deu a la incorporació d'un professor amb perfil més investigador que professional, amb el que l'assignatura es va enfocar a aspectes orientats més a investigacions que a casos pràctics d'empresa. Per solventar aquest aspecte, el proper curs acadèmic aquesta assignatura serà compartida per dos professors: un amb perfil investigador i l'altre amb perfil professional i d'empresa.

La combinació de professors amb èmfasis investigador junt a professionals del màrqueting, ha estat un aspecte molt valorat pels estudiants al llarg de totes les edicions del programa en castellà. També hem rebut un feed back molt positiu sobre els professors de l'edició en anglès.

Des de la direcció acadèmica es treballa de forma continuada per tal de mantenir l'equilibri entre docents doctors i professionals no doctor, de forma que la majoria d'assignatures puguin comptar amb els dos perfils.

INDICADORES DE SATISFACCIÓN per cada assignatura (versió en anglès)	2017-2018	
	% resposta	% satisfacció
Estrategia de Comunicación	64,71%	100,00%
Marketing Relacional	85,71%	100,00%
Identificación de Oportunidades de Mercado	100,00%	100,00%
Comportamiento del Consumidor	88,24%	100,00%
Nuevos Temas en Gestión de Marketing	70,00%	100,00%
Técnicas Cuantitativas y Finanzas Aplicadas al Marketing	94,12%	93,75%
Marketing Estratégico	88,24%	93,33%
Gestión de Marca y Planificación de Marca	94,12%	87,50%
Investigación de Mercados: Generación de Consumer Insights	94,12%	81,25%
Marketing Digital	58,82%	70,00%
Shopper Marketing (Distribución)	35,29%	50,00%
Shopper Marketing (Precio y Promoción)	35,29%	50,00%
Marketing analytics y big data	88,24%	33,33%

Per la versió anglesa de la titulació, en la majoria d'assignatures el % de satisfacció que s'aconsegueixen són molt alts. En el cas de l'assignatura "Shopper Marketing (Distribución)" hi ha un % inferior al general. Possiblement per què va haver algun solapament de continguts per falta de coordinació entre els professors entre aquesta assignatura i la de "Shopper Marketing

(*Precio y Promoción*)”. Per la propera edició es realitzarà una reunió prèvia amb els professors d’aquestes dues assignatures per garantir la coordinació i no duplicat dels continguts.

Pel que respecta a “*Marketing analytics y Big Data*”, en la versió en anglès es va obtenir un % també inferior a la resta. Això deriva de que els estudiants venien amb un alt grau d’expectatives tècniques e informàtiques pel que fa a l’assignatura, que no estan contemplades dins del programari. Per tant, van trobar que la anàlisi de les dades que és el que realment es contempla dins de l’assignatura els hi quedava flux.

De cara a edicions futures s’explicarà molt bé quins són els objectius de l’assignatura amb la finalitat de rebaixar expectatives des de el punt de vista tècnic.

En relació al resultats acadèmics (6.3)

Versió castellà	2016-2017	2017-2018
Taxa de rendiment	99,8%	99,06%
Taxa d’abandonament	2,3%	pendent
Taxa de graduació	97,7%	96,88%
Taxa d’eficiència	100%	100%

Versió anglès	2017-2018
Taxa de rendiment	100%
Taxa d’abandonament	0%
Taxa de graduació	100%
Taxa d’eficiència	100%

Per la versió en castellà, durant el curs 2017-2018 un alumne no va superar el programa per faltes d’assistència i per no superar el TFM, d’aquí es tradueix la disminució en la taxa de graduació. Pel que fa a les taxes en anglès, les taxes són del 100%. En ambdós casos, contents amb els resultats obtinguts ja que estan per sobre dels resultats previstos en la verificació del títol.

Assignatura (versió en castellà)	Curs 2016-2017						Curs 2017-2018					
	PAX	Sus	Apr	Not	Exc	N/P	PAX	Sus	Apr	Not	Exc	N/P
Comportamiento del Consumidor	42	0	15	26	1	0	32	0	4	24	3	1
Estrategia de Comunicación	42	0	0	18	24	0	32	0		18	14	0
Gestión de Marca y Planificación de Marca	42	0	12	30	0	0	32	0	6	25	0	1
Identificación de Oportunidades de Mercado	42	0	5	36	1	0	32	0	5	27	0	0
Investigación de Mercados: Generación de Consumer Insights	42	0	0	42	0	0	32	0	3	29	0	0
Marketing analytics y big data	42	0	0	21	21	0	32	0	5	27	0	0
Marketing Digital	42	0	0	0	42	0	32	0	4	22	6	0
Marketing Estratégico	42	0	0	24	18	0	32	0	3	24	5	0
Marketing Relacional	43	0	17	8	0	18	18	0	15	3	0	0

Nuevos Temas en Gestión de Marketing	43	0	0	9	8	26	14	0		14	0	0
Prácticas Profesionales	42	0	0	8	34	0	32	0	2	3	27	0
Shopper Marketing (Distribución)	43	0	8	34	0	1	32	0	18	14	0	0
Shopper Marketing (Precio y Promoción)	43	0	4	38	0	1	32	0	13	18	0	1
Técnicas Cuantitativas y Finanzas Aplicadas al Marketing	42	0	1	36	5	0	32	0		30	2	
Trabajo de Fin de Máster	43	0	1	27	14	1	32	1	7	23	1	

Assignatura (versió en anglès)	Curs 2017-2018					
	PAX	Sus	Apr	Not	Exc	N/P
Comportamiento del Consumidor	17	0	0	10	7	0
Estrategia de Comunicación	17	0	0	11	6	0
Gestión de Marca y Planificación de Marca	17	0	1	12	4	0
Identificación de Oportunidades de Mercado	17	0	4	13	0	0
Investigación de Mercados: Generación de Consumer Insights	17	0	0	4	13	0
Marketing analytics y big data	17	0	0	7	10	0
Marketing Digital	17	0	0	2	15	0
Marketing Estratégico	17	0	6	5	6	0
Marketing Relational	7	0	2	5	0	0
Nuevos Temas en Gestión de Marketing	10	0	0	5	5	0
Prácticas Profesionales	17	0	1	6	10	0
Shopper Marketing (Distribución)	17	0	0	14	3	0
Shopper Marketing (Precio y Promoción)	17	0	2	12	3	0
Técnicas Cuantitativas y Finanzas Aplicadas al Marketing	17	0	5	10	2	0
Trabajo de Fin de Máster	17	0	1	12	4	0

Els resultats acadèmics tant per la versió en castellà com per l'anglesa, són coherents amb els objectius marcats a la titulació.

En relació al resultat d'inserció laboral (6.4)

Versió en castellà	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Tasa de ocupación	100%	100%	100%
Tasa de adecuación (funciones)	100%	100%	

Versió en anglès	2017-2018
Tasa de ocupación	pendent*
Tasa de adecuación del trabajo a los estudios	pendent*

*per tal d'obtenir unes dades consistents, les enquestes s'envien 6 mesos, aproximadament, posteriors a la dada de finalització de la titulació.

Els estudiants de la versió en castellà, han tingut una taxa del 100% d'ocupació el que indica que els estudiants que han realitzat el programa tenen una preparació i perfil que sol·liciten les empreses. En el cas de la versió en anglès, encara no disposem d'aquestes dades, ja que s'obtenen en posterioritat al curs acadèmic.

Les taxes d'ocupabilitat dels estudiants són positives i ens animen a seguir treballant.

En resum, els resultats i indicadors acadèmics del màster són coherents amb els objectius marcats. Les activitats de formació i d'avaluació són coherents amb el perfil de formació de la titulació. Tant els participants com els empleadors es mostren satisfets amb l'experiència educativa i l'assoliment de competències.

3 Pla de millora del Màster universitari en Màrqueting

3.1 Valoració de les propostes de millora

Estandard	Procedència	Objectius a assolir	Accions proposades	Termini implementació	Responsable	Estat actual	Valoració de les accions realitzades
E1	Informe seguiment intern 16-17	Incluir contenidos digitales en todas las asignaturas que lo contemplen	Revisar los contenidos actuales Actualizar los contenidos con ejemplos y conceptos que contemplen el marketing digital	Previo al inicio del Máster	<ul style="list-style-type: none"> Dirección Académica Profesores de las asignaturas 	Cerrado	Valoración positiva
E1	Informe seguiment intern 16-17	Ligeras modificaciones en asignaturas optativas para poner en marcha la versión en inglés y establecer sinergias con otros programas del mismo ámbito	Modificar el nombre de la asignatura optativa "Advanced Research Methods" Dar la posibilidad de escoger optativas de los otros MSC	Previo al inicio del Máster	<ul style="list-style-type: none"> Dirección Académica Profesores de las asignaturas 	Cerrado	Valoración positiva
E1	Informe seguiment intern 16-17	Actualizar los casos de estudio de las asignaturas que los utilicen	Identificar las asignaturas que utilizan casos de estudio Confirmar la vigencia del contenido de los casos Sustituir los casos obsoletos por casos más actualizados	Previo al inicio del Máster	<ul style="list-style-type: none"> Previo al inicio del Máster 	En proceso	
E1	Informe seguiment intern 16-17	Buscar inventivos que involucren a los estudiantes en el aprendizaje y aplicación de las Competencias profesionales	Incluir las actividades de Competencias Profesionales como parte del % de la nota del Trabajo de Fin de Master	Previo al inicio del Máster	<ul style="list-style-type: none"> Directores Profesores Mentor competencial 	Cerrado	Valoración positiva
E1	Informe seguiment intern 16-17	Repartir de manera más balanceada los pesos de evaluación de las actividades del TFM	Dar a las actividades de seminarios y talleres un peso de 20% de la nota del TFM, 50% al contenido y 30% a la defensa ante el tribunal final	Previo al inicio del Máster	<ul style="list-style-type: none"> Directores 	Cerrado	Valoración positiva
E4	Informe seguiment intern 16-17	Continuar aumentando el número de profesores doctores y profesores doctores acreditados	Incorporar dos profesores doctores y conseguir la acreditación de un profesor ya doctor	A lo largo de todo el año académico	<ul style="list-style-type: none"> Directores del programa 	En proceso	

E1	Autoinforme acreditació curs 2016-2017	Incrementar los contenidos digitales en todas las asignaturas que puedan contemplarlo.	Revisar los contenidos actuales de diversas asignaturas para actualizarlos con ejemplos y conceptos que contemplen el marketing digital.	2017-18	Dirección Académica y profesores de las asignaturas	Cerrado	Valoración positiva
E1	Autoinforme acreditació curs 2016-2017	Actualizar los casos de estudio de las asignaturas que los utilicen.	Identificar las asignaturas que utilizan casos de estudio y substituirlos si se consideran que hay más actuales que cubren los mismos objetivos.	2017-18	Dirección Académica y profesores de las asignaturas	Cerrado	Valoración positiva
E4	Autoinforme acreditació curs 2016-2017	Alcanzar el 70% requerido en el RD 420/2015 en el plazo establecido en la moratoria.	Incorporar nuevo profesorado doctor.	2017-18	Dirección Académica y profesores de las asignaturas	Cerrado	Valoración positiva. Se ha incorporado nuevo profesorado doctor
E4	Autoinforme acreditació curs 2016-2017	Aumentar la participación del profesorado en actividades relacionadas con la investigación y la innovación docente.	Facilitar y orientar al profesorado en los procesos de publicación en revistas académicas, asegurando que conocen los incentivos que ofrece la BSM para publicar en revistas JCR.	2017-18	Dirección Académica	Cerrado	Valoración positiva
E6	Autoinforme acreditació curs 2016-2017	Repartir de manera más balanceada los pesos de evaluación de las actividades del TFM.	Incrementar el peso de las actividades preparatorias dentro de los márgenes que recoge la memoria de verificación. Pasar del 10% al 20%.	2017-18	Dirección Académica	Cerrado	Valoración positiva
E4	Recomendación de AQU incluida en el Informe Definitivo de Acreditación		Se recomienda establecer un plan específico en este master para cumplir con los requisitos establecidos por el RD 420/2015 que fija el porcentaje de doctores al menos un 70% para los másteres profesionalizantes.			En proceso	Se prevé llegar al % marcado en el plazo que establece la moratoria 2019-2020

3.2 Noves propostes de millora al Màster Universitari en Màrqueting. MSc in Marketing 2018.

Estàndard	Diagnòstic	Identificació de les causes	Objectius a aconseguir	Accions proposades	Prioritat	Responsable	Plazos	¿Implica modificació?
E1	Solapament de casos de estudi en algunes assignatures	Falta de comunicació entre professors de temes relacionats	Millorar la comunicació entre els professors per millorar la coordinació dels continguts de les assignatures	Intercanvi dels síl·l·lus entre els professors amb assignatures amb continguts relacionats. Intercanvi de materials una vegada acabats entre professors d'assignatures amb continguts relacionats Claustre trimestral de professors	Alta	Directors de Professors assignatures relacionades	Curso 2018-2019 Abans de cada trimestre	NO
E1	Desconeixement dels nous professors sobre la dinàmica del màster i la comunicació post-classe amb els estudiants	Incorporació de professors amb perfil o bé de investigador o bé professional sense experiència en la dinàmica docent	Formar i donar suport als nous professors en les dinàmiques docents necessàries per gestionar els temes relacionats amb els estudiants de les assignatures	Elaboració d'una guia per al professor on s'indiquen les pautes per a la gestió dels assumptes relacionats amb els estudiants de les assignatures. Claustre trimestral de professors	Media	Directors Gestor Programa Professors de nova incorporació	Curso 2018-2019 Al inici de trimestre amb els nous professors	NO
E3	Baix % de resposta	Se solapa amb exposicions de TFM	Aumentar el nivell de resposta en les enquestes	Facilitar les enquestes als estudiants durant la última setmana de classe	Alta	D. Acadèmica. Qualitat Gestor programa	2019-20	NO
E6	Resultats baixos de satisfacció en l'assignatura Analytics Big Data (versió en anglès)	Expectatives altes respecte a aspectes tècnics no contemplats en l'assignatura	Millorar la satisfacció de l'assignatura	Exposar millor als alumnes el desplegament de l'assignatura en les guies docents	Alta	D. Acadèmica Professor de l'assignatura	2019-20	NO
E4	Balanci entre professors investigadors i professors professionals en les assignatures	Resultats positius en les proves realitzades en dues assignatures de l'edició 2017-2018	Conseguir un balanç entre investigació i pràctica en els coneixements adquirits pels estudiants en les assignatures	Assignar a cada una de les assignatures obligatòries del programa un professor doctor investigador com a coordinador de l'assignatura i complementar-la amb professors professionals de l'àrea	Media	Directors	2019-20	NO