

2. Justificación

2.1. Justificación, adecuación de la propuesta y procedimientos.

El Master en “Marketing Internacional en un entorno Digital/International Marketing In a Digital Environment” (Master en International Marketing In a Digital Environment a partir de ahora) será el resultado de la revalidación del Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing Internacional impartido por IQS School of Management. El Máster quiere dar respuesta a la necesidad que tienen las empresas de crecer en los mercados internacionales, en el incremento de la competitividad como consecuencia de la irrupción de Internet y la extensión de la digitalización en todos los sectores de la economía. En este sentido, las TIC han transformado el entorno en el que las empresas desarrollan sus negocios, razón por la cual deben incorporar nuevas estrategias de marketing digital. El actual Máster a extinguir fue ya acreditado, está teniendo un desempeño muy satisfactorio en el centro y ha contado con unos 20 estudiantes en términos promedio en los últimos cursos. La revalidación de este título viene motivada por la necesidad de responder a las necesidades de empleadores y a las inquietudes de los estudiantes. Estos agentes venían expresando en los últimos años la necesidad de reforzar el carácter internacional y digital del Máster y, por ello, se ha procedido al cambio de denominación y a la actualización de algunos de sus contenidos.

El Master en International Marketing In a Digital Environment responde así a tres necesidades que tienen las empresas. En primer lugar, la de crecer en nuevos mercados internacionales y en profundizar en los procesos de internacionalización de sus productos y servicios. En segundo lugar, la necesidad de afrontar el incremento de la competitividad, como consecuencia de la irrupción de Internet, mediante la aparición de nuevos modelos de negocio, la caída de barreras de entrada en muchos sectores de actividad y la extensión de la digitalización en todos los sectores productivos de la economía. En tercer lugar, el Master responde a la necesidad de las empresas por relacionarse con sus clientes, actuales y potenciales, los cuales han experimentado un cambio cultural provocado por el uso de las nuevas tecnologías digitales y que tiene como consecuencia el uso de todo tipo de dispositivos para informarse y/o comprar. En este sentido, las nuevas tecnologías han transformado el entorno en el que las empresas desarrollan sus negocios, por lo que, a las

tradicionales estrategias de marketing, deben incorporar las estrategias de marketing digital que asegure su desarrollo actual y futuro.

El objetivo del Máster es, por tanto, proporcionar conocimientos especializados a los titulados universitarios sin experiencia profesional para que adquieran las competencias que les permita desarrollarse profesionalmente en los mercados internacionales, en diferentes entornos culturales y en el contexto de una economía digital. Asimismo, el Máster responde a las demandas que manifiestan los empleadores, los cuales necesitan contratar titulados / as especializados que sean capaces / s de responder ~~en~~ a estos retos.

Este nuevo Máster supone la evolución natural del anterior Máster en Dirección Comercial y Marketing Internacional impartido en la IQS School of Management que perseguía dar respuesta a las demandas de los empleadores por un profesional especializado en marketing y gestión de ventas.

Existen pocos programas similares, ya que la mayoría de másteres en Marketing, no intensifican la temática “International Marketing” ni aportan la visión desde la óptica de la gestión de las nuevas empresas en la economía digital. La mayor parte de los másteres ofrecidos en el mercado tienen una orientación más bien generalista, centrada en los canales de venta más tradicionales o inciden preferentemente en las vertientes de investigación de mercados o comunicación.

En el mundo económico y empresarial nadie pone en duda que la internacionalización y globalización de las empresas constituye una necesidad. La internacionalización constituye un motor de crecimiento económico. La mayoría de países desarrollados cuentan con agencias para el fomento del comercio exterior (en el caso de España, el ICEX). El fomento de la internacionalización de la empresa española, viene formando parte de la agenda de las administraciones públicas, tanto del Estado como de varias comunidades autónomas, a lo largo de las últimas décadas. Sólo unas 40.000 empresas españolas exportan de manera regular; cerca del 25% del total de exportaciones las realizan sólo 25 empresas. Las grandes empresas españolas "habituales" son las que exportan de forma regular y concentran un elevado porcentaje de las ventas al exterior.



PERSONA CIENCIA EMPRESA
UNIVERSITAT RAMON LLULL

Según la CEOE¹, sólo cien empresas sumaron en 2014 el 40% del volumen total de las exportaciones españolas. De las 147.731 empresas que vendieron sus productos fuera, sólo 45.842 (31%) son exportadores regulares. Se trata de las sociedades que han vendido fuera de forma consecutiva en los últimos cuatro años y que han contribuido directamente a frenar la caída de la economía durante la crisis y también a apoyar la recuperación cuando por fin se ha producido. Estas 45.842 empresas concentran nada menos que el 93% de las ventas al exterior. Lo que significa que el otro 70% de empresas (unas 103.000), en particular pymes, sólo venden fuera el otro 7% restante del volumen.

Por otra parte, es evidente que la sociedad actual y los mercados viven un momento de digitalización que acrecienta aún más la competencia y expansión global de las empresas. Este proceso de reconversión hacia una economía de lo digital presenta grandes retos y oportunidades para las empresas, pero también serias amenazas. El consumidor de hoy en día es un consumidor que pide que se atiendan sus necesidades y se tenga en cuenta su opinión y sus sugerencias. Las nuevas plataformas digitales favorecen el intercambio de información entre los clientes sobre productos y servicios. Las empresas que acometan un proceso profundo de digitalización no deben olvidar jamás el objetivo final: el usuario. Además, este proceso de digitalización del mundo de los negocios provoca que las antiguas barreras internacionales al comercio deban reconsiderarse. En la actualidad, los consumidores de un país pueden comprar productos en cualquier lugar del mundo a través de Internet mediante sus ordenadores, móviles u otros dispositivos. Asimismo, cualquier empresa nacional puede ofrecer sus productos y servicios en otros países del mundo gracias a la globalización que ha traído consigo Internet.

En cualquier caso, desde el punto de vista de la gestión de la empresa en un contexto digital e internacional, todo cambio que se realice debe ir orientado a lo que luego reciba el potencial consumidor. Todas las decisiones que tome la empresa desde dentro en el proceso de transformación digital deben reflejarse en la satisfacción del usuario. Es aquí por tanto, donde la disciplina del marketing cobra una gran relevancia. Las empresas deben escuchar a sus clientes, deben identificar sus necesidades y deben diseñar sus estrategias

¹ CEOE (2015): <http://www.ceoe.es/es/contenido/actualidad/noticias/ceoe-publica-la-guia-para-la-internacionalizacion-de-la-empresa>



PERSONA CIENCIA EMPRESA
UNIVERSITAT RAMON LLULL

para adaptarse a este nuevo perfil de cliente. De acuerdo con los datos del INE² en su encuesta sobre equipamiento y uso de TIC en los hogares, sabemos que el 69,8% de los hogares españoles ya tiene acceso a Internet. En el año ~~2013~~ 2016 el comercio por Internet en España ha aumentado, siendo ya cerca de ~~44~~ 15 millones de personas las que han realizado algún tipo de compra a través de la web en los últimos 12 meses. Esto supone el ~~31,5%~~ 35% de la población total. A nivel europeo, los datos publicados por el “European B2C E-commerce Report” indican que en la actualidad el comercio electrónico crece a un ritmo en torno al 13% cada año; que mientras un 75% de la población europea tiene acceso a Internet, un 43% afirma comprar a través de medios digitales; que existen en la actualidad 750.000 empresas online y que el sector emplea directa e indirectamente a unos 2.500.000 de personas.³

De acuerdo con el informe de la Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información, Telecomunicaciones y Contenidos Digitales (AMETIC⁴), en España faltan más de 900.000 profesionales formados en TIC y con competencias en negocios digitales y ecommerce. Según las estimaciones de Ametic, entre 2013 y 2017, el número de empleos TIC debería haber aumentado en 300.000 con las políticas de apoyo adecuadas. Se prevé una necesidad de entre 25.000 y 50.000 programadores y desarrolladores (según la evolución económica); entre 60.000 y 70.000 empleos en marketing y comunicación (community management y marketing para el mundo móvil); entre 15.000 y 45.000 puestos relacionados con el diseño visual y la creatividad digital; entre 10.000 y 14.000 destinados a la estrategia y gestión de negocio. Algunas multinacionales como Google han emprendido ya programas en España como Actívate, que pretenden formar a jóvenes en competencias como cloud computing, analítica web, marketing digital, desarrollo de aplicaciones para móviles o ecommerce.

En consecuencia, se vislumbra un panorama que conjuga una creciente globalización e internacionalización de las empresas, acrecentada por el proceso de transformación hacia una economía digital. Es por ello que las empresas van a demandar

² Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares: <http://www.ine.es>

³ European B2C E-commerce Report 2016: www.ecommerce-europe.eu

⁴ www.ametic.es (<http://www.elmundo.es/economia/2015/05/31/5568a4a1268e3e9e518b4592.html>)

profesionales formados y con competencias en gestión de marketing en contextos globales, que a su vez sean capaces de entender la complejidad y las circunstancias particulares de la gestión de negocios online y de los mercados globales digitales. En base a esta panorámica actual, para responder a las necesidades presentes y futuras del mercado actual, el enfoque de este Máster destaca la orientación a los mercados internacionales, la capacitación de los participantes en el área de marketing y su orientación hacia la economía digital.

2.2. Oferta formativa actual

Tanto en España como en el resto del Mundo, existen varias titulaciones de másteres oficiales en Marketing para estudiantes de perfiles similares (titulados universitarios sin experiencia), lo que demuestra que se trata de un mercado con potencial. Sin embargo, en España, y en particular en Cataluña, son menos habituales los que se orientan al Marketing Internacional y Digital. Entre los másteres en Marketing dirigidos a titulados universitarios sin experiencia, y que ofrecen formación presencial, en Europa y Estados Unidos, podemos citar como referencia los siguientes.

En Cataluña (másteres oficiales)

- Màster en Marketing (UAB)
- Màster de Màrqueting i Investigació de Mercats por la Universidad de Barcelona
- Máster Universitario en Dirección de Marketing por la Universidad Politécnica de Catalunya
- Máster Universitario en Marketing/ Msc. in Marketing por la Universidad Pompeu Fabra

En el resto de España (másteres oficiales)

- Master in Marketing –en Inglés- (ICADE)
- Máster Universitario en Dirección de Marketing (Universidad Autónoma de Madrid)



PERSONA CIENCIA EMPRESA
UNIVERSITAT RAMON LLULL

- Màster Universitari en Màrqueting i Investigació de Mercats (Universitat Jaume I y Universitat de València)
- Máster y Experto Universitario en Marketing de Negocio (Universidad de Málaga)
- Máster Universitario en Marketing e Investigación de Mercados (Universidad de Extremadura)
- Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social por la Universidad de Cádiz
- Máster Universitario en Dirección y Gestión de Marketing Digital por la Universidad de Málaga
- Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales por la Universidad Camilo José Cela
- Máster Universitario en Marketing Digital por la Mondragon Unibertsitatea
- Máster Universitario en Marketing Digital y Comercio Electrónico por la Universidad Internacional de La Rioja
- Máster Universitario en Marketing Digital y Social Media por la Universidad a Distancia de Madrid
- Máster Universitario en Marketing y Publicidad Digital por la Universidad Antonio de Nebrija
- Máster Universitario en Marketing Digital y Comercio Electrónico por la Universidad Internacional de La Rioja

Otros programas de marketing de nivel máster, impartidos en inglés en Europa, que admiten estudiantes sin experiencia profesional previa, y que con una duración entre dos y tres semestres preparan a los estudiantes para iniciar una carrera profesional en el área de Marketing, son:

- Master of Science in Marketing (HEC, Paris)
- Master of Science in Strategic Marketing (London School of Business & Finance - London Metropolitan University)



PERSONA CIENCIA EMPRESA
UNIVERSITAT RAMON LLULL

- Master of Science in Marketing Management (Rotterdam School of Management - Erasmus University)
- Master of Science in Strategic Marketing (Imperial College Business School, Londres)
- Masters in Strategic Marketing (Cranfield School of Management, Bedford, Reino Unido)

En los EEUU, diversas Business Schools ofrecen programas de marketing de nivel máster, dirigidos a estudiantes sin experiencia profesional. Entre los de contenido y duración similar impartidos por centros acreditados por la AACSB cabe citar los que con la denominación “MSc in Marketing” se imparten en:

- Baruch College - Zicklin School of Business (City University, New York)
- Clemson Graduate School (Clemson University, SC)
- Karl H. Linder College of Business (University of Cincinnati)
- Mays Business School (Texas A&M University)

Otras escuelas ofrecen programas de máster en marketing para estudiantes con el mismo perfil, aunque con orientación algo más específica en algún área, como:

- Evian K. Haub School of Business (Saint Joseph’s University, Philadelphia). MS in International Marketing.
- McCallum Graduate School of Business (Bentley University, Waltham, Massachusetts). MS in Marketing Analytics.
- Stuart School of Business (IIT - Illinois Institute of Technology, Chicago) MS in Marketing Communication.

Los aspectos más significativos de estos referentes que se han tenido en cuenta a la hora de diseñar el Plan de Estudios son:



PERSONA CIENCIA EMPRESA
UNIVERSITAT RAMON LLULL

- Un bloque formativo centrado en la gestión ~~estratégica del~~ de marketing internacional donde se incluyen temas relacionados con las estrategias internacionales, el desarrollo de marcas y productos en contextos globales, la gestión a través de una simulación de estrategias de marketing internacionales o el plan de marketing internacional. ~~que engloba a su vez dos áreas diferenciadas: gestión de instrumentos de marketing internacional y estrategias y planificación de marketing internacional.~~
- Un bloque formativo dedicado a la inteligencia de marketing y de los mercados.
- Un bloque formativo centrado en el marketing digital donde se incluyen temas relacionados con las estrategias de marketing digital, el “mobile marketing”, la gestión de comunicaciones digitales, el uso de métricas avanzadas o la gestión de comunidades online.
- Un bloque formativo relativo al Trabajo Fin de Grado
- Un bloque formativo relativo a las prácticas en empresa.

Estas materias, que suelen estar presentes en los másteres europeos y de Estados Unidos mencionados, tienen escasa presencia en los otros referentes españoles mencionados.

En consecuencia, constatamos que no existe en Cataluña ni en España en el actual mapa universitario un Máster en Marketing con esta orientación tan focalizada Marketing Internacional en una Economía Digital dirigido a estudiantes recién graduados. Por ello, el Máster cubre una necesidad no satisfecha del mundo empresarial.

2.3. Consultas externas

Para la reverificación sobre la conveniencia de potenciar el elemento digital en la titulación vigente se llevaron diversos contactos regulares con representantes del mundo empresarial, especialmente con aquellas empresas en las que los alumnos realizan o han realizado sus prácticas. Uno de los valores que frecuentemente se reconocen al IQS es la



PERSONA CIENCIA EMPRESA
UNIVERSITAT RAMON LLULL

intensidad de sus relaciones con las empresas, por encima de lo habitual en el mundo universitario.

Como resultado de las citadas consultas, se confirmó que desde el mundo empresarial se reconoce la necesidad de jóvenes profesionales con formación específica en las áreas de marketing digital e internacional. En particular las empresas requieren jóvenes titulados con una formación que facilite su desarrollo profesional y les permita, una vez adquirida la experiencia adquirida sobre el terreno, y en puestos intermedios de marketing, aspirar a niveles de responsabilidad superiores en esta área.

Concretamente, las empresas, de diversos tamaños y sectores de actividad, con las que se han mantenido contactos específicos para la nueva orientación de los estudios, han sido:

- Bertschi <https://www.bertschi.com/>
- iContainers <http://www.icontainers.com/es/>
- Press & Reset <http://www.pressandreset.com/>
- Tous <http://www.tous.com/es-es/>
- Citel <http://citel.es/>
- Corgrap www.corgrap.com
- RocketRoi www.rocketroi.com
- Monocrom www.monocrom.com
- Cafosa www.cafosa.com
- Eurofragance www.eurofragance.com
- Frit Ravich <http://www.fritravich.com/>
- Dr Oetker www.oetker.es
- Valgosa www.valgosa.com
- Badi App <https://badiapp.com/>
- Bodegas Torres www.torres.es
- Bet4talent [www.bet4talent](http://www.bet4talent.com)
- Lipotec www.lipotec.com
- Damm www.damm.com
- Puig www.puig.com
- Roca Sanitarios www.roca.com
- Desigual www.desigual.com
- La Maquinista <http://lamaquinista.com/>

Por otra parte, las encuestas realizadas sistemáticamente a los estudiantes de último curso del Grado de ADE revelan un interés creciente por ampliar estudios en el área de marketing. El Máster Universitario en International Marketing in a Digital Environment que proyecta impartir IQS School of Management, está abierto a todos los estudiantes que reúnan los requisitos exigibles para seguir un programa Máster y que quieran desarrollar su actividad profesional en el terreno del marketing digital e internacional.

Se prevé que el perfil más frecuente de los estudiantes será el procedente de estudios del área de las Ciencias Sociales, aunque no desestima la solicitud de estudiantes de otras disciplinas como ingeniería para los cuales el plan de estudios contempla créditos de complementos formativos (ver apartado 4.6.).

2.4. Solvencia del Centro

IQS posee una larga experiencia en la formación de directivos. Experiencia ya reconocida cuando en 1991 la Universitat Ramon Llull le confió la creación de su Facultat d'Economia, ahora denominada IQS School of Management, gracias al prestigio obtenido hasta entonces por los estudios de gestión empresarial impartidos en el centro. Desde entonces, han finalizado sus estudios cerca de dos mil licenciados en Administración y Dirección de Empresas que ejercen su labor profesional con notable éxito en el mundo empresarial. En 2007 la Facultat d'Economia IQS recibió la prestigiosa acreditación internacional de la AACSB (Association to Advance Collegiate Schools of Business), la primera organización internacional de acreditación para estudios de Administración de Empresas y Contabilidad. Sólo existen en el Mundo 633 instituciones acreditadas por la AACSB, la mayoría en EEUU, y sólo ~~cuatro~~ cinco en España. La IQS School of Management cuenta con esta acreditación que distingue a menos del 5% de las escuelas de negocios del Mundo, y ve así reconocido el interés académico, científico y profesional de sus estudios.

La presente memoria ha sido elaborada por un grupo de trabajo formado por el Decano de IQS School of Management, el responsable del propio Máster, la Coordinadora de Calidad y un grupo de profesores del área de marketing y comercial, teniendo en cuenta



PERSONA CIENCIA EMPRESA
UNIVERSITAT RAMON LLULL

la oferta internacional de programas con una orientación similar y las consideraciones tenidas en cuenta anteriormente en el Máster que precede a este.

Nota:

Este Plan de Estudios ha sido aprobado por la *Junta de Gobierno de la Universitat Ramon Llull* el 17 de Marzo de 2016.