

RESPUESTA AL INFORME PROVISIONAL REALIZADO POR ANECA DE LA SOLICITUD DE MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS DEL TÍTULO DE MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES (IMBA) POR LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA (ESTUDI GENERAL)

OBSERVACIONES A LA UNIVERSIDAD

ASPECTOS A SUBSANAR

CRITERIO 1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

En el Criterio 1.2 "Distribución de Créditos en el Título" se ha modificado la distribución pasando de los 60 créditos obligatorios en la versión verificada a 30 créditos obligatorios y 30 créditos optativos en la nueva versión, sin incorporar cambios al respecto en el Criterio 5. Se debe modificar este aspecto, que parece ser un error.

RESPUESTA

En efecto se trata de un error. Se ha corregido el error. El máster se estructura en tres semestre, 30 créditos en el primer semestre, 30 créditos en el segundo semestre y 30 créditos de trabajo fin de master y todos ellos obligatorios. Esta es la estructura inicial del master.

La modificación que se solicita consiste en dar de baja la materia Derecho Internacional, de 5 créditos, y dar de alta la materia Inteligencia de Negocios, también con 5 créditos y ambas del primer semestre. En consecuencia no se altera la estructura interna semestral, ni el total de créditos del master. Se trata más bien de una sustitución de materias derivada de la actualización de contenidos.

CRITERIO 3. COMPETENCIAS

Se debe incluir alguna competencia específica adecuada a la nueva asignatura obligatoria "Business Analytics". En la versión actual, se ha asociado la asignatura a las competencias CE12 y CE13 las cuales no se consideran adecuadas. Las herramientas que se aprenderán en la asignatura propuesta pueden aplicarse a campos más amplios que los del marketing.

Las competencias deben reflejar este hecho.

En el mismo sentido, se debe eliminar la competencia CE10 "Conocer, evaluar y aplicar la legislación internacional que incide en la gestión de negocios internacionales" asociada únicamente a la asignatura que se elimina.

RESPUESTA

Se ha procedido a eliminar la competencia CE10 del catálogo de competencias del título.

Asimismo se añaden las competencias específicas C20 y C21 en el catálogo de competencias específicas del título, con la siguiente redacción:

C20. Identificar las fuentes de datos digitales y no digitales para su análisis

C21: Desarrollar la capacidad de elección de variables de interés, análisis de datos y propuestas para la toma de decisiones mediante técnicas de minería de datos

Estas competencias se han vinculado a la nueva materia obligatoria Inteligencia de Negocios (Business Analytics). Así mismo se han desvinculado las competencias CE12 y CE13.

Criterio 6. No se declaran los cambios realizados en el apartado 6.2 Otros recursos humanos, donde se actualiza la información sustituyendo la tabla existente por otra nueva.

RESPUESTA:

6. PERSONAL ACADÉMICO.

Se han actualizado los datos del Personal Académico para incluir los profesores de la nueva asignatura (dos hombres y una mujer). Se trata de un profesor Titular de Universidad del departamento de Comercialización e Investigación de Mercados y de dos profesores del departamento de Economía Aplicada, de los cuales uno de ellos es Titular de Universidad y otro es Profesora Contratada Doctor. Se ha eliminado la información sobre el profesorado que impartía la anterior asignatura, ambos Profesores Asociados adscritos al departamento de Derecho Internacional Adolfo Miaja de la Muela. Todos los profesores mencionados pertenecen a la Universitat de València.

Asimismo se ha procedido a la actualización de los contenidos relativos al resto del Personal Académico recogidos en el punto 6.1. Dicha actualización es fruto de la mejora profesional del personal docente que ha promocionado en estos últimos años.

2. JUSTIFICACIÓN

2.1 JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

2.1.1 Interés académico, científico o profesional del título propuesto

El *iMBA (Máster en Gestión de Negocios Internacionales)* es un posgrado de carácter interdepartamental impartido por los departamentos de Comercialización e Investigación de Mercados, Dirección de Empresas – Juan José Renau, Finanzas Empresariales y Derecho Internacional Adolfo Miaja de la Muela.

El *Organismo Responsable del Máster* (en adelante *ORM*) es la Facultat d'Economia de la Universitat de València.

El *iMBA* es un título con una trayectoria actual de cinco años como posgrado oficial más dos años, en su origen, como título propio. En este proceso se distinguen dos etapas:

Etapas de Título Propio de la Universitat de València (2004-2005 y 2005-2006).

Con el fin de realizar un diseño de postgrado vinculado a la realidad y con un contraste suficiente de sus contenidos, necesidades organizativas y, también, de su demanda potencial, la Facultat d'Economia en colaboración con sus socios internacionales de la *International Business Schools Alliance (IBSA)* realizó en los cursos 2004/2005 y 2005/2006 la implantación como título propio con fines de pilotaje del *iMBA*.

Es importante señalar que esta implantación piloto no se dirigió al alumnado español y se realizó de manera gradual pues el primer año sólo se ofreció el segundo cuatrimestre (en las asignaturas específicas de marketing) y el tercer cuatrimestre (elaboración Tesis de Máster) mientras que el segundo año se ofrecieron los tres cuatrimestres y sus respectivos módulos.

Etapas de Posgrado Oficial de la Universitat de València (2006-2007; 2007-2008; 2008-2009; 2009-2010; 2010-2011).

En cuanto a justificación del Máster en su formato actual y para el análisis de la demanda previsible se han tomado tres factores:

1. Análisis de la demanda de estudios en Economía y Empresa en la UV y orientación internacional de la Facultat d'Economia. Atendiendo a los contenidos, este conjunto de estudiantes debe suponer la principal fuente de demandantes del Máster, en este caso el grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE), International Business (GIB), Finanzas y Contabilidad (GFIC), Turismo (GT) y Economía (GE). Como dichos grados son de implantación en el curso 2010-2011 y para analizar los datos de forma longitudinal, se presentarán las cifras disponibles de las anteriores licenciaturas y diplomaturas, observándose la tradición de la Facultat d'Economia en titulaciones con orientación internacional –véase el Grado en Economía Europea o el Grado Europeo en Dirección de Empresas-. En lo que a la orientación internacional respecta, la Facultat d'Economia recibió un total de 462 estudiantes internacionales y envió un total de 323 a lo largo de sus diversas titulaciones en el curso 2009-2010 (Recull de Prensa UV 2009-2010).

Del análisis del número de estudiantes en las áreas de economía y empresa, se observan cifras elevadas y pese a la evolución demográfica, con cifras crecientes o en su caso estables.

Tabla 1. Evolución de la demanda y de la admisión a preinscripción por estudios y género.

CENTRE	ESTUDI	06/07		07/08		08/09		09/10			
		Preinsc.	Adm.	Preinsc.	Adm.	Preinsc.	Adm.	Preinsc.	%Dones	Adm.	%Dones
FACULTAT D'ECONOMIA											
	Llic. Adm. i Direcció d'Empreses	838	429	873	427	968	407	973	49%	385	59%
	Llic. Economia	633	325	662	299	482	263	512	43%	247	46%
	Dip. Ciències Empresarials	1.276	674	1.242	672	1.117	634	1.032	48%	603	49%
	Dip. Ciències Empresarials (Ontinyent)	115	106	139	101	109	91	132	50%	85	48%
	Dip. Turisme	494	220	438	220	406	213	437	66%	210	70%

Fuente: Recull de dades UV 2009-2010

Tabla 2. Evolución del número de estudiantes en la Facultat d'Economia

FACULTAT D'ECONOMIA									
	Llic. Adm. i Direcció d'Empreses	2.627	55%	2.547	54%	2.514	53%	2.547	50%
	Llic. Adm. i Direcció d'Empreses - Llic. Dret	210	64%	269	63%	337	60%	379	57%
	Llic. Ciències Actuarials i Financeres	134	54%	130	56%	129	57%	140	56%
	Llic. Economia	1.830	48%	1.770	47%	1.756	46%	1.713	44%
	Llic. Investigació i Tèc. de Mercat	213	51%	216	45%	195	45%	225	47%
	Dip. Ciències Empresarials	2.826	57%	2.863	53%	2.857	49%	2.866	45%
	Dip. Ciències Empresarials (Ontinyent)	301	48%	305	46%	318	47%	311	43%
	Dip. Turisme	842	76%	879	75%	857	72%	829	67%
	Grad. Economia Europea (títol propi)	9	33%	11	64%	11	45%	11	55%
	Grad. Europeu Direcció Empreses (títol propi)	115	51%	107	51%	99	49%	115	59%

Fuente: Recull de dades UV 2009-2010

Además, la Facultat d'Economia ha sido pionera en la Universitat de València en la impartición de sus titulaciones de diplomatura y licenciatura en inglés desde el curso 2003-2004, ofertando formación de inglés a su profesorado implicado en esta línea de enseñanza-aprendizaje y al personal administrativo y de servicios. Dicho proceso se ha consolidado en la actualidad con la impartición del Grado en International Business en inglés.

Tabla 3. Facultat d'Economia. Lista de asignaturas en ingles curso 2006-2007.

Código Materia	Nombre	Curso	Estudiantes Matriculados	Título
12184	Financial Accounting	1	119	Ade/Emp
12119	Basis of Business Management	1	108	Ade/Eco
12129	Introduction to the Economy Theory	1	115	Ade/Eco/Emp/Tur
2497	Introduction to the Economy Theory	1	29	Ade/Eco/Emp/Tur
2490	Business Management and Organisations I.	1 y 3	33	Emp/Tur
12222	Introduction to the Business and Economical Mathematics	1	99	Ade/Eco/Emp
12101	European Union Economy	1,2,3	115	Ade/Eco/Emp/Tur
2495	Market Structures	1	30	Tur
2496	Tourism Marketing	1 y 3	37	Tur/Emp

12141	Financial Mathematics	1 y 2	96	Ade/Eco/Emp
2491	Human Resources	1 y 3	33	Emp/Tur
12179	Costs Accounting	2	88	Ade/Emp
12191	Commercial Management I	2 y 3	106	Ade/Eco/Emp
12201	Financial Management I	2 y 3	68	Ade/Emp
12146	Microeconomics I	2	84	Ade/Eco
12157	Mathematical Programming	2	76	Ade/Eco
12192	Commercial Management II	2	65	Ade/Emp
12202	Financial Management II	2 y 3	57	Ade/Emp
12105	Spanish Economy	2 y 3	69	Ade/Eco/Tur
12133	Introduction to the Political Economy	2	18	Eco
12147	Microeconomics II	2 y 3	69	Ade/Eco
2503	Production Operations and Processes	2 y 3	33	Emp/Tur
2533	Strategic Management of Tourism Business	2 y 3	18	Emp/Tur
12107	Industrial Economy Applied	2 y 3	14	Ade/Eco
12148	Accounting Planning and Normalization	2 y 3	32	Ade/Eco/Emp
2514	Market Research Techniques	2 y 3	22	Emp/Tur
12109	International Economy	3	82	Ade/Eco/Emp/Tur
12138	Macroeconomics I	3	55	Ade/Eco
12139	Macroeconomics II	3	52	Ade/Eco
12156	Principles of Econometrics	3	26	Eco
12130	Introduction to Public Economics	3	24	Eco
2535	Foundation Process of Tourism Business	3	28	Ade/Eco/Emp/Tur
12178	Accounting Consolidation	4	24	Ade
12224	Marketing Research	4	39	Ade
12136	Advanced Macroeconomics	4	27	Eco
12144	Advanced Microeconomics I	4	21	
12193	International Business Management	4 y 5	63	Ade
12164	Theory of Games	4 y 5	11	Eco/ITM
12169	Accounting Analysis	4	37	Ade
12213	Marketing Strategies	4	33	Ade
12145	Advanced Microeconomics II	4	29	Eco
12181	Multinational Organizations Accounting	4 y 5	8	Ade

A la luz de estos resultados creemos poder concluir razonablemente que existirá una sólida demanda del Máster dada la vigencia de estudios que, con su reconversión en grado, necesitarán de una especialización profesional en el postgrado. Sin embargo, este análisis sería incompleto si no tuviéramos en cuenta que el Máster no va a ser la única continuación natural de los estudios de grado en empresa. Por lo tanto, la demanda potencial no puede analizarse únicamente en términos de los alumnos que cursen el grado, sino de la demanda que exista en el mundo económico empresarial de los elementos diferenciales que este máster es capaz de aportar frente al diseño de otras ofertas competidoras. A esta reflexión dedicamos el siguiente epígrafe.

2. Análisis de la demanda en el entorno económico y educativo de las aptitudes, conocimientos y destrezas que conforman el elemento diferencial del iMBA respecto a la oferta actual y potencial.

En el anexo de la memoria presentada y aprobada por la Consellería de Empresa, Universidad y Ciencia por Decreto 44/2006 se ofrece con detalle la adecuación del listado de los objetivos y competencias del iMBA y se ha buscado la intersección con la formación, conocimientos específicos y cualidades contenidos en los perfiles profesionales de los distintos puestos de dirección elaborados por el Colegio de Economistas de Valencia (COEV, 2005). En este sentido, la oferta del iMBA como un título de la Universitat de València que contempla un programa de movilidad internacional con la red IBSA, y con un plan de estudios orientado a la internacionalización en un entorno de aula multicultural, la configura como una oferta que claramente da respuesta a un entorno socio-económico como el actual.

Un reciente estudio para empleadores del Observatorio de Inserción Profesional y Asesoramiento Laboral (OPAL) realizado con empleadores de la provincia de Valencia, señala la capacidad para trabajar con personas de diversa procedencia como competencia interpersonal básica y da mucha importancia en el currículum del titulado a las estancias en el extranjero y el conocimiento de idiomas (http://www.fguv.org/opal/ficheros/documentos/Informe_Empleadores2_Final.pdf).

Los propios estudiantes que cursaron el Máster el curso 2009-10, señalaron de forma espontánea aspectos como el aprendizaje intercultural, la experiencia internacional, o el desarrollo de una carrera con perspectiva internacional como aspectos determinantes para la elección del título (GADE, 2009-10).

3. Descripción de los resultados de matrícula del Máster.

En su etapa como título propio y en su implantación gradual para el perfeccionamiento del título, se contó con ocho estudiantes internacionales sólo en 2º semestre en el curso 2004/05 (procedentes de Líbano, Méjico, Francia, Alemania, Grecia, India y China) y 15 en el curso 2005/06 (procedentes de Indonesia, Francia, Países Bajos, Macedonia, Alemania, Turquía y China).

Respecto a su etapa como posgrado oficial, se observa una evolución creciente en el número de estudiantes (Tabla 4).

Tabla 4. Evolución de estudiantes por año y género

MÁSTERS	06/07		07/08		08/09		09/10	
	Total	%Dones	Total	%Dones	Total	%Dones	Total	%Dones
Máster en Gestió de Negocis Internacionals (MBA)	12	33%	20	45%	42	40%	33	45%

Fuente: Recull de dades UV 2009-2010

En definitiva, la demanda del título es creciente desde su primera edición. El ratio número de solicitudes/plazas ofertadas es cada vez mayor, demostrando el interés que este máster suscita y el incremento progresivo de la demanda que el título está experimentando. Desde su implantación como título oficial se ha venido incrementado la matrícula de estudiantes procedentes de universidades españolas. El máster exige niveles elevados de inglés e interculturalidad a los estudiantes de ingreso y se espera en el futuro ampliar la participación de estudiantes españoles y valencianos. En porcentaje de género, se observa un equilibrio.

2.1.2. Objetivos generales del título

En el mundo de los negocios, también en la economía en general, los temas son abordados a un nivel global. La globalización puede definirse como “la integración de países y pueblos del mundo que se ha logrado gracias a la enorme reducción de los costes de transporte y comunicación y la ruptura de las barreras a la libre circulación entre las fronteras de bienes, servicios, capital, conocimiento y (en menor medida) personas. Esta globalización ha provocado una evolución en la forma de concebir la práctica de los negocios en un entorno cada vez más competitivo. Lo que antes denominábamos comercio internacional ahora es internacionalización de las empresas, dado que las relaciones entre las entidades económicas tratan de buscar los acuerdos a largo plazo más que basarse en la competencia a corto plazo.

Por lo tanto, al implicar el mundo de los negocios la gestión simultánea en muchos países, los acontecimientos que tienen lugar en uno de ellos son también relevantes para el funcionamiento de las empresas de otros. El iMBA pretende dotar a sus egresados de una formación en la que los aspectos globales sean considerados a la hora de tomar decisiones de negocios. La comprensión de la diversidad económica y cultural se convierte en este Máster en algo tan importante como las habilidades profesionales o de gestión. Los egresados del iMBA van a acabar ocupando puestos de trabajo en los que son esenciales la movilidad y la rápida adaptabilidad a los cambios del entorno, y para ello debe formárseles. El iMBA ofrece esta experiencia forzando la movilidad entre las diversas universidades y permitiendo conocer la forma de ser y trabajar de estudiantes de muy diversas razas y culturas.

De una manera más explícita, la Tabla 5 recoge los objetivos esenciales del iMBA.

Tabla 5. Objetivos del Máster

Objetivo	Enunciado
O1	Dotar a los egresados de habilidades apropiadas para competir por puestos de trabajo en los que es imprescindible conocer el carácter global de los negocios
O2	Ofrecer a los graduados la sensibilidad multicultural necesaria para poder trabajar en un mundo de los negocios global
O3	Habilitar a los graduados para analizar diversos problemas de gestión bajo una variedad de perspectivas culturales y éticas
O4	Permitir a los graduados identificar, evaluar y explotar las oportunidades que un entorno global proporciona a las empresas que compiten tanto en mercados locales como internacionales

Estos objetivos se logran, no únicamente con el diseño del plan de estudios, sino también con exigencias de movilidad, conocimiento de idiomas y captación de alumnado de una gran diversidad de orígenes étnicos, culturales y geográficos.

De una manera más precisa, el cuadro 3 indica en qué materias o con qué características diferenciales del Máster se están alcanzando los objetivos propuestos para el mismo.

Tabla 6. Cruce entre materias y características diferenciales con los objetivos del iMBA

Materia o característica	Objetivo			
	O1	O2	O3	O4
Movilidad obligatoria entre universidades	✓			✓
Origen multicultural y multiétnico del alumnado		✓	✓	
Docencia en inglés	✓			
Global Business Planning	✓		✓	✓
International Business Law	✓		✓	✓
Human Resource in the Global Environment	✓	✓	✓	✓
Global Marketing Strategies	✓		✓	✓
International Finance	✓		✓	✓
Global Strategic Analysis	✓		✓	✓
Integrated Marketing Communications	✓		✓	✓
International Marketing Research	✓		✓	✓
Service Marketing and Management	✓		✓	✓
International Distribution and Logistics	✓		✓	✓
Máster Thesis	✓	✓	✓	✓

2.1.3. Descripción de los procedimientos de consulta internos y externos utilizados para la elaboración del plan de estudios

El iMBA surgió en el contexto internacional de la red IBSA (International Business Schools Alliance). Aunque el Máster en Gestión de Negocios Internacionales no tiene un carácter interuniversitario, el alumno está obligado a cursar una parte del plan de estudios en universidades diferentes dentro de la red IBSA, una de las cuales es la Universitat de València.

El proceso de elaboración del plan de estudios responde a la génesis del programa. La UV se incorpora a la Red IBSA cuando ésta ya llevaba tiempo funcionando en Europa e implica la asunción de su filosofía: un primer cuatrimestre con un módulo de contenidos generales, un segundo cuatrimestre de contenidos específicos, y un tercer cuatrimestre de elaboración de la Tesis de Máster.

En este contexto, el plan de estudios del primer cuatrimestre se diseñó de acuerdo con los criterios de calidad académica que marcan las agencias acreditadoras de las universidades socios, entre ellas y en aquellas fechas AQUAS (Alemania), EPAS (Rusia), QAA (UK), AACSB (EE.UU) y CGE (Francia).

Para el diseño del plan de estudios del segundo cuatrimestre se nombró una comisión interna dentro del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados que estudió los planes de estudios de distintos MBA. Tras evaluar los contenidos que ofertaban, así como los niveles de inserción laboral y perfiles profesionales de sus egresados, se diseñaron las cuatro asignaturas que configuran los contenidos específicos del segundo cuatrimestre.

Tras la introducción por parte del Ministerio de Educación de los másteres oficiales mediante el RD56/2005, en 2005 el plan de estudios del máster fue sometido a la evaluación de la UV y fue finalmente aprobado por la Generalitat Valenciana por Decreto 44/2006 Durante este proceso, el plan de estudios se sometió a discusión con los distintos órganos rectores del departamento y de la Facultat d'Economia a la cuál iba a ser adscrito.

En la actualidad, la red IBSA posee mecanismos de internos de funcionamiento que como alianza, garantiza la actualidad y adecuación de su plan de estudios. De manera específica, se desarrollan dos encuentros a lo largo de año:

a. *Meeting de directores del posgrado iMBA de la red IBSA (Octubre)*. En dicho encuentro se trabajan aspectos relativos al buen funcionamiento y desarrollo del máster como el precio del máster, criterios de admisión, puesta en común de aspectos relativos a la gestión de los alumnos, comunicación del título y de la red, etc.

b. *Meeting de IBSA (Julio)*. A la reunión acuden los coordinadores de asignaturas de las universidades socias para trabajar sobre el plan de estudios en aspectos como la homogeneidad no sólo en el contenido de las materias, sino también en los sistemas de evaluación de estudiantes y en el proceso de aprendizaje en general. A dicho encuentro acuden asimismo los directores/as de los posgrados, administrativos/as de las universidades de la red y decanos/as. Cada colectivo trata en paralelo de los temas que más competen al buen desarrollo del Máster llegándose a conclusiones tanto a nivel estratégico –incorporación de nuevos miembros-, como operativo –mejoras en los procesos de enseñanza/aprendizaje-.

A nivel interno de la Universitat de València, la Comisión de Estudios es el órgano de consulta, informe y resolución en materia de estudios en todas las titulaciones oficiales y propias, excepto el doctorado.

Como Máster de la UV, el control del funcionamiento del plan de estudios corresponde a la *Comisión de Coordinación Académica (CCA)*, integrada por cinco miembros con currículums relevantes en la temática del máster y un miembro del personal administrativo (éste con voz pero sin voto). Sus competencias pueden estructurarse en tres bloques: programación docente, coordinación y supervisión.

2.1.4. Diferenciación de títulos dentro de la misma universidad

Las características de este máster en cuanto a carácter internacional, contenido de las asignaturas, competencias desarrolladas y nivel de interculturalidad, lo convierten en un producto claramente diferenciado en la Universitat de València, resto de Universidades públicas y privadas valencianas e incluso a nivel español.

Como se señala, el alumno debe realizar su proceso de aprendizaje en dos universidades diferentes de la red IBSA y por lo tanto no sólo en la Universitat de València. Ello le abre un abanico de opciones en las universidades de la red IBSA con las que se imparte el Máster: Bremen University of Applied Sciences (Alemania); Institute of Business Studies, Moscow (Rusia); University of North Carolina Wilmington (USA); University of Hertfordshire (UK); Universiti Tun Abdul Razak (Malasia); Advancia-Negocia Paris (Francia). Todas las universidades aportan estudiantes a la red para que cursen el título, y por ende, se garantiza el carácter multicultural del máster centrado en la Gestión de Negocios Internacionales.