

INFORME DEL GRUPO DE TRABAJO PARA LA VIABILIDAD DE TITULACIONES REFERENTES A LA “VIABILIDAD DEL MASTER UNIVERSITARIO EN MARKETING”

El Grupo de Trabajo en su reunión del 3 de julio de 2024 ha analizado la presentación del nuevo título “Máster Universitario en Marketing” por parte de la Facultad Ciencias Económicas y Empresariales.

La propuesta de la titulación ofertaría 40 plazas en cada curso académico siendo la modalidad de la enseñanza híbrida.

En la propuesta se recoge que existe una alta demanda de dicha titulación indicando que, la demanda de este tipo de programas de marketing supera en siete veces a la oferta disponible, a pesar de que en la Comunidad de Madrid se oferta en siete universidades privadas. Así mismo se indica que en los últimos años se ha producido un auge del marketing como disciplina fundamental para el desarrollo de las empresas e instituciones.

Respecto a la asignación del encargo docente de la nueva titulación respecto a la capacidad neta de las diferentes áreas de conocimiento implicadas en la docencia es superior al 95%.

En el análisis del plan de contingencia para la reorganización del encargo docente por parte del principal Departamento implicado en la nueva titulación, se indica que podrían reajustar su docencia ya que reducirían la docencia en alguna de las asignaturas optativas que, en la actualidad, oferta dicho Departamento, por lo que se aminoran las necesidades de contratación de personal.

Del análisis de los informes elaborados por los Vicerrectorados que forman parte del Grupo de Trabajo se concluye que la nueva titulación propuesta por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales es técnicamente viable.