

‘BRANDING UNIVERSITARIO’, MARKETING PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR

- El presidente de la Universidad Europea de Madrid y el director general de esta institución en Valencia, presentan un manual que analiza la universidad actual y su contexto en términos de marketing.
- ‘Branding Universitario. Marcando la diferencia’ está editado por Delta Publicaciones y espera convertirse en una referencia obligada para los profesionales del ámbito de la docencia, en especial de la educación superior.

Madrid, 21 de abril de 2010.- Miguel Carmelo, presidente de la Universidad Europea de Madrid, y Sergio Calvo, director general y vicerrector de esta misma Universidad en Valencia, firman el libro ‘Branding Universitario. Marcando la diferencia’, editado por Delta publicaciones.

Para los autores, la universidad española no ha evolucionado al mismo ritmo que la sociedad y al igual que en la mayoría de los campos tenemos una marca que se sitúa entre las 100 primeras del mundo, no ocurre lo mismo con ninguna de nuestras universidades. Este alejamiento ha provocado que nuestras instituciones educativas sean cada vez más ajenas al marketing, lo que queda patente en la falta de recursos, la desmotivación del profesorado, la ausencia de visión y liderazgo o la falta de compromiso por parte de los agentes sociales.

Este manual supone una reflexión ordenada sobre el contexto actual universitario, las universidades de hoy en día y la idoneidad de plantear su gestión como empresas que aportan valor a la sociedad y a sus clientes y cuyo *leit motive* es precisamente la satisfacción de estos últimos. ‘Nuestra enseñanza superior debería entenderse como un paso más en la formación integral de individuos que resulten útiles a la sociedad. Así la universidad tendrá que incidir en la formación de habilidades lo más cercanas posibles al mundo de las profesiones’.

Con la aceptación del llamado ‘Proceso de Bolonia’, asumimos que el mundo es cada vez más global y que la internacionalización es un hecho, por lo que es necesario pensar en un modelo que permita un intercambio de profesores y estudiantes y que todos juguemos en un mismo campo de oportunidades. De ahí que los autores defiendan la necesidad imperiosa de que la universidad española piense en términos de mercado.

Los factores de éxito se encuentran, según Miguel Carmelo y Sergio Calvo, en la excelencia académica, la eficiencia empresarial, la responsabilidad social y el desarrollo personal. Para ello defienden el modelo de ‘universidad empresarial’ o ‘empresa-universidad’, cuya realidad diferenciada se corresponde con su imagen corporativa y la identifica con una serie de principios, criterios, métodos, sistemas, estilos y personalidad propios. A partir de aquí los autores realizan todo un análisis y explicación de la teoría y práctica del marketing aplicado a la universidad, contemplando todos sus procesos, factores y actores.

Adjuntamos un resumen de los capítulos del libro, con textos entresacados y reproducibles, para mayor información.

La **Universidad Europea de Madrid** pertenece a la red Laureate International Universities, líder en Educación Superior, con cerca de 550.000 estudiantes en 50 instituciones y 21 países. Actualmente cuenta con más de 12.500 estudiantes, distribuidos en 7 Facultades y cuatro Centros de Postgrado. Su actividad se sustenta en tres valores fundamentales: su dimensión internacional, una firme vocación profesional y su compromiso con la calidad académica del siglo XXI, que le han llevado a liderar la construcción del Espacio Europeo de Educación Superior en nuestro país.

Conoce **toda la actualidad** de la Universidad Europea de Madrid en nuestra **sala de prensa online**: <http://www.uem.es/es/gabinete-de-prensa> y síguenos en **Twitter**: http://twitter.com/uem_prensa.



Es la primera universidad en el mundo que ha recibido la certificación de calidad Qualicert y la primera universidad española en conseguir la ISO 14001 por su campus de Villaviciosa de Odón. También ha recibido otros reconocimientos como el EFQM 200+ a su sistema de gestión y EFQM 300+ al sistema de gestión del servicio de biblioteca.

Bassat Ogilvy Comunicación

Marian Ortiz: 91 451 21 25 / e-mail: marian.ortiz@ogilvy.com

Lucía Mateo: 91 451 21 32 / e-mail: lucia.mateo@ogilvy.com

Conoce **toda la actualidad** de la Universidad Europea de Madrid en nuestra **sala de prensa online**: <http://www.uem.es/es/gabinete-de-prensa> y síguenos en **Twitter**: http://twitter.com/uem_prensa.