

# **Seguimiento 12/02/2021**

## **Plan Estratégico 2019-2022**

**Facultad de  
Comunicación y  
Relaciones  
Internacionales  
Blanquerna-URL**

**Enmarcado en el Plan Estratégico  
de la Fundación Blanquerna  
y en el Plan de política de Calidad e  
Innovación académico-docente de la URL**

**Objetivos específicos 2019-2022**

**Aprobado el 04/09/2019**

## Índice

Introducción .....	3
1. Plan Estratégico de la Fundación Blanquerna 2016-2020.....	3
1.1 Misión y visión .....	3
1.2 Valores .....	4
1.3 Estructura .....	4
Blanquerna al mundo .....	5
El mundo Blanquerna .....	5
2. Seguimiento de los objetivos del Plan Estratégico de la FCRI.....	6
3. Política y objetivos de calidad FCRI .....	13
4. Objetivos generales del SGIC.....	13

## Introducción

Este documento presenta el Plan estratégico de la Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales (FCRI) Blanquerna-URL, enmarcado en el Plan Estratégico de la Fundación Blanquerna. El Plan Estratégico de la FCRI tiene un marco temporal de cuatro años, 2019-2022 y plantea unos objetivos específicos dentro del marco definido por la Fundación.

### Proceso de creación y definición del Plan Estratégico de la Facultad

El Plan Estratégico de la FCRI nace de las directrices definidas en Plan Estratégico de la Fundación, focalizando los objetivos y el plan de acción a las peculiaridades de la Facultad. Los planteamientos estratégicos y tácticos se han consensuado por todos los grupos de interés involucrados a través de reuniones de trabajo de áreas específicas y han sido aprobados por el equipo directivo de la Facultad. Finalmente, la Dirección General de la Fundación ha acogido positivamente y ha apoyado la implementación del Plan.

El proceso participativo ha sido supervisado por la Oficina de Calidad de la Facultad, para asegurar el respeto por las directrices de calidad y el marco de referencia de la Universidad Ramon Llull.

Desde un punto de vista formal y documental, las fuentes de inspiración y el punto de partida de esta reflexión estratégica han tenido en cuenta:

- a) La misión, visión y valores de la Fundación Blanquerna;
- b) El Plan de política de calidad e innovación académico-docente de la Universidad Ramon Llull;
- c) La reflexión del Equipo Directivo
- d) La información de los diferentes grupos de interés involucrados contenidas en:

- Memorias de vicedecanatos.
- Memorias de servicios
- Informes de seguimiento de centro
- Autoinformes de acreditación
- Actas de reuniones de trabajo que formaron el proceso participativo.

## 1. Plan Estratégico de la Fundación Blanquerna 2016-2020

En octubre del 2016 se presentó el documento que definía el Plan Estratégico de la Fundación Blanquerna (2016-2020). El plan estratégico global de Blanquerna se concreta con objetivos y acciones establecidos por los equipos directivos de cada una de las Facultades (v. El punto 2 de este documento) que configuran la Fundación Blanquerna. El plan estratégico se somete a un seguimiento periódico, así como a una revisión continua, para adaptarse a las necesidades y circunstancias que van apareciendo en un mundo cambiante.

### 1.1 Misión y visión

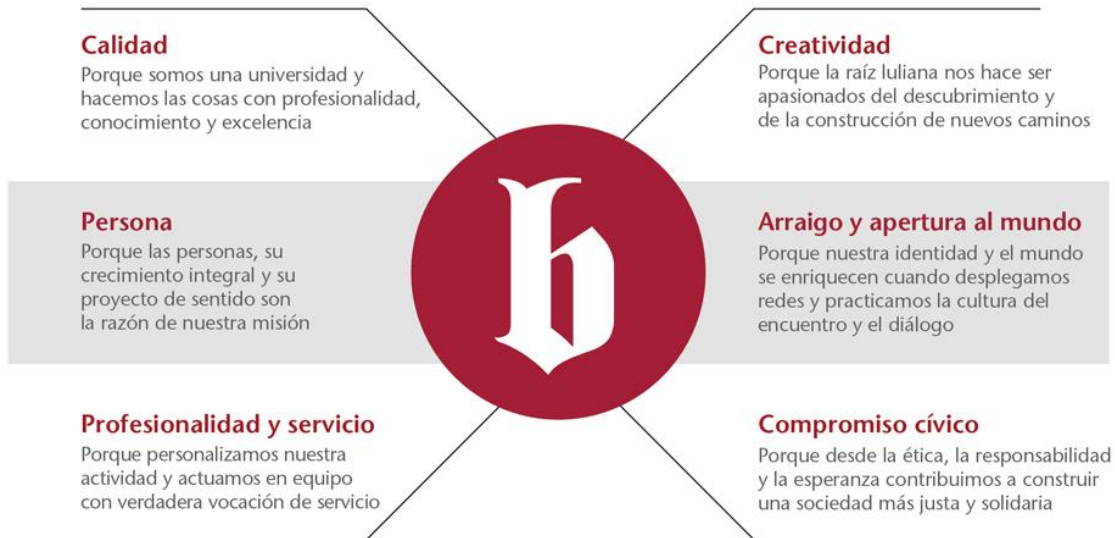
#### Misión

Blanquerna, como **comunidad universitaria plural**, inspirada en los principios del **humanismo cristiano**, tiene como misión la **educación integral** de las personas para que se conviertan en **profesionales competentes, éticos y comprometidos** con la transformación social, creando conocimiento al servicio de la **justicia** y el **bien común**.

## Visión

Ser una institución universitaria de Barcelona reconocida **nacional e internacionalmente** por un **estilo educativo propio e innovador**, por la excelencia en la formación de profesionales con un alto nivel de **empleabilidad y compromiso social**, y por el impacto de su investigación en la sociedad.

## 1.2 Valores



## 1.3 Estructura



El Plan estratégico de la Fundación tiene dos dimensiones: el impacto de Blanquerna hacia el mundo (Blanquerna al Mundo) y la gestión interna de la institución a través de sus Facultades (El Mundo Blanquerna).

Estas dos dimensiones se articulan en diez áreas de gestión:

## **BLANQUERNA AL MUNDO**

### **1. OFERTA EDUCATIVA**

Mantener y desplegar una oferta educativa que sea reconocida como líder en cada área de conocimiento y por la singularidad del estilo educativo propio.

### **2. INVESTIGACIÓN APLICADA Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO**

Ser referentes para la aportación de alto valor añadido en los diferentes sectores vinculados a nuestros ámbitos de conocimiento.

### **3. MARCA BLANQUERNA**

Mejorar la visibilidad y el posicionamiento global de la marca Blanquerna dentro y fuera del ámbito universitario.

### **4. ACCIÓN EN REDES DE INNOVACIÓN Y DE EXCELENCIA**

Potenciar la participación en redes con las diferentes partes interesadas, de manera que se promuevan la cocreación y el enriquecimiento mutuo.

### **5. INTERNACIONALIZACIÓN**

Ensanchar la dimensión internacional de Blanquerna.

## **EL MUNDO BLANQUERNA**

### **6. ESTUDIANTES Y ALUMNI**

Empoderar a estudiantes y Alumni para aumentar las oportunidades, el desarrollo profesional y la aportación al proyecto Blanquerna.

### **7. SOSTENIBILIDAD Y FACILIDAD DE ACCESO**

Diversificar y aumentar los ingresos, focalizar las inversiones estratégicas y reducir las barreras de acceso por causas económicas.

### **8. COHESIÓN, COMPROMISO Y TALENTO**

Impulsar un modelo de gestión de personas que refuerce el compromiso y potencie el talento como factores clave de éxito del proyecto Blanquerna.

### **9. FORTALECER LA COORDINACIÓN Y LOS SERVICIOS GENERALES**

Fortalecer las sinergias derivadas de nuestra diversidad que reviertan en el proyecto común, sin perjuicio de la autonomía de los centros.

### **10. COMUNIDAD BLANQUERNA**

Consolidar la comunidad Blanquerna desde los diferentes centros y crear nuevos espacios de relación común.

## 2. Seguimiento de los objetivos del Plan Estratégico de la FCRI

Siguiendo la hoja de ruta marcada por el Plan Estratégico de la Fundación Blanquerna, la FCRI define los siguientes objetivos; el conseguimiento de los cuales será responsabilidad de los grupos de interés indicados en cada uno, a lo largo del marco temporal definido y evaluados según los indicadores especificados en cada caso.

### BLANQUERNA AL MUNDO

#### 1. OFERTA EDUCATIVA

	Objetivo	Acción	Stakeholders internos implicados	Marco temporal	Seguimiento 21-02-20
1.1	Actualizar la oferta educativa	Lanzar el Grado en Digital Media	Equipo de dirección y coordinación del grado. Departamento de Marketing y Comunicación.	2021-2022	En proceso.
1.2	Actualizar la oferta educativa	Incluir la semipresencialidad en los Masters	Vicedecanato de Masters y Postgrados. Dirección y Coordinación Masters y Postgrados.	2021-2022	Conseguido.
1.3	Actualizar la oferta educativa	Consolidar el Grado en Global Communication Management	Equipo de dirección y coordinación del grado.	2021-2022	Conseguido.
1.4	Actualizar la oferta educativa	Crear una nueva unidad de formación In Company y Executive Education	Vicedecanato de Empresa	2022	En proceso.

		en colaboración con las empresas.			
1.5	Actualizar la oferta educativa	Consolidar y fortalecer el Programa de Doctorado.	Vicedecanato de Investigación.	2020-2022	Conseguido.

## 2. INVESTIGACIÓN APLICADA Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO

	Objetivo	Acción	Stakeholders internos implicados	Marco temporal	Seguimiento 21-02-20
2.1	Ser referentes en generación y transferencia de conocimiento aplicados a los sectores relacionados con la Comunicación y las Relaciones Internacionales.	Revisar el actual Plan de Investigación con el objetivo de incentivar la investigación aplicada.	Vicedecanato de Investigación. Profesores investigadores.	2020-2022	En proceso.
2.2	Ser referentes en generación y transferencia de conocimientos aplicados a los sectores relacionados con la Comunicación y las Relaciones Internacionales.	Diseñar e implementar proyectos de contratos de transferencia de conocimiento para empresas.	Vicedecanato de Investigación. Vicedecanato de empresa. Profesores investigadores.	2022	En proceso de definición.
2.3	Ser referentes en generación y transferencia de conocimiento aplicados a los sectores relacionados con la Comunicación y las Relaciones Internacionales.	Compartir el conocimiento académico generado con la sociedad gracias a la difusión a través de los medios de comunicación.	Vicedecanato de Investigación. Departamento de Comunicación.	2020-2022	En proceso.
2.4	Ser referentes en generación y transferencia de conocimiento aplicados a los sectores relacionados con la Comunicación y las Relaciones Internacionales.	Crear un equipo de Key Account Manager que tenga la función de link entre empresas y organizaciones y los investigadores para fomentar la transferencia de conocimiento y la investigación aplicada en	Vicedecanato de Investigación. Vicedecanato de Empresa. Profesores investigadores.	2022	No empezado.

		proyectos útiles y relevantes.			
2.5	Ser referentes en generación y transferencia de conocimiento aplicados a los sectores relacionados con la Comunicación y las Relaciones Internacionales.	Aumentar el número de publicaciones en revistas de alto impacto.	Vicedecanato de Investigación.	2019-2022	En proceso.
2.6	Ser referentes en generación y transferencia de conocimiento aplicados a los sectores relacionados con la Comunicación y las Relaciones Internacionales.	Conseguir financiación a través de la consecución de proyectos competitivos nacionales e internacionales.	Vicedecanato de Investigación.	2019-2022	Conseguido.
2.7	Ser referentes en generación y transferencia de conocimiento aplicados a los sectores relacionados con la Comunicación y las Relaciones Internacionales.	Revisión del Plan de investigación con el objetivo de servir como estímulo a una mayor productividad.	Vicedecanato de Investigación.	2019-2022	En proceso.
2.8	Ser referentes en generación y transferencia de conocimiento aplicados a los sectores relacionados con la Comunicación y las Relaciones Internacionales.	Generar sinergias y proyectos comunes entre los diferentes grupos de investigación: sinergias y autofinanciación conjunta.	Vicedecanato de Investigación.	2021-2022	En proceso.

### 3. MARCA BLANQUERNA

	Objetivo	Acción	Stakeholders internos implicados	Marco temporal	Seguimiento 21-02-20
3.1	Mejorar la percepción de la marca Blanquerna a nivel global: convertirnos en referentes en comunicación, gestión y relaciones internacionales.	Conseguir <i>publicity</i> : los medios de comunicación son las cajas de resonancia del conocimiento generado por la Facultad.	Departamento de Comunicación. Profesorado.	2020-2022	En proceso.



<b>3.2</b>	Mejorar la percepción de la marca Blanquerna a nivel global: convertirnos en referentes en comunicación, gestión, y relaciones internacionales.	Definir e implementar un Plan de Marketing de marca y de producto.	Departamento de Marketing. Departamento de Comunicación. Dirección y Coordinación de Grados y Masters.	2019-2022	Conseguido.
<b>3.3</b>	Mejorar la percepción de la marca Blanquerna a nivel global: convertirnos en referentes en comunicación, gestión, y relaciones internacionales.	Adoptar un CRM para la gestión y el seguimiento comercial del Departamento de Admisiones	Departamento de Marketing. Departamento de Comunicación. Dirección y Coordinación de Grados y Masters.	2021-2022	Conseguido.
<b>3.4</b>	Mejorar la percepción de la marca Blanquerna a nivel global: convertirnos en referentes en comunicación, gestión, y relaciones internacionales.	Incrementar la captación de estudiantes a nivel estatal e internacional a través de marketing online, participación en ferias, colaboración con otras instituciones.	Departamento de Marketing. Departamento de Comunicación. Dirección y Coordinación de Grados y Masters.	2019-2022	En proceso.

#### 4. ACCIÓN EN REDES DE INNOVACIÓN Y DE EXCELENCIA

	<b>Objetivo</b>	<b>Acción</b>	<b>Stakeholders internos implicados</b>	<b>Marco temporal</b>	<b>Seguimiento 21-02-20</b>
<b>4.1</b>	Redes de Innovación y Excelencia	Incrementar el número de convenios con universidades extranjeras de primer nivel y prestigio.	Vicedecanato de Relaciones Internacionales	2019-2022	En proceso.
<b>4.2</b>	Redes de Innovación y Excelencia	Participar activamente en redes internacionales de generación y transferencia de conocimiento como: ECREA, ICA, OBS, EUPRERA, AEDEM, GLOBCOM, etc.	Vicedecanato de Relaciones Internacionales, de Investigación. Profesorado.	2020-2022	En proceso.

## 5. INTERNACIONALIZACIÓN

	Objetivo	Acción	Stakeholders internos implicados	Marco temporal	Seguimiento 21-02-20
5.1	Incrementar el nivel de Internacionalización	Incrementar el número de estudiantes internacionales, identificando a priori los mercados con más oportunidades de éxito por cada programa de Grado o Postgrado.	Departamento de Marketing y Comunicación.	2019-2022	En proceso.
5.2	Incrementar el nivel de Internacionalización	Lanzar el programa: "Study Abroad".	Vicedecanato de Relaciones Internacionales. Departamento de Marketing y Comunicación.	2022	No empezado.

## EL MUNDO BLANQUERNA

### 6. ESTUDIANTES Y ALUMNI

	Objetivo	Acción	Stakeholders internos implicados	Marco temporal	Seguimiento 21-02-20
6.1	Incrementar el sentido de pertenencia de los Alumni.	Crear la figura de los "alumni Ambassadors"	Departamento de Alumni.	2019-2020	Conseguido.
6.2	Incrementar el sentido de pertenencia de los Alumni.	Involucrar a los Alumni en la actividad de la Facultad en cuanto empleadores, receptores de estudiantes en prácticas, ponentes, profesores.	Departamento de Alumni. Departamento de Desarrollo Profesional.	2019-2022	En proceso.

6.3	Acompañar estudiantes y Alumni en su desarrollo profesional.	Organizar actividades para el desarrollo de habilidades necesarias para entrar de manera exitosa en el mundo del trabajo: formación en diseño de currículum, técnicas de entrevistas, LinkedIn ...	Departamento de Desarrollo Profesional.	2019-2022	Conseguido.
6.4	Acompañar a estudiantes y Alumni en su desarrollo profesional.	Organizar el Annual Talent Day para estudiantes de cuarto curso, Masters y Alumni.	Departamento de Desarrollo Profesional.	2019-2022	Conseguido.
6.5	Acompañar estudiantes y Alumni en su desarrollo profesional.	Hacer tutorías personalizadas sobre Desarrollo Profesional a Alumni.	Departamento de Desarrollo Profesional.	2019-2022	Conseguido.
6.6	Acompañar estudiantes y Alumni en su desarrollo profesional.	Mejorar el servicio de Carreras Profesionales incrementando el número de ofertas presentes en la Bolsa de Trabajo.	Departamento de Desarrollo Profesional.	2019-2022	No empezado.
6.7	Acompañar estudiantes y Alumni en su desarrollo profesional.	Organizar programas de corta duración, profesionalizantes y especializados para Alumni y Empresas.	Vicedecanato de Empresas.	2021-2022	En proceso.
6.8	Incrementar la participación estudiantil.	Fomentar el rol de los delegados.	Dirección y Coordinación Masters y Postgrados.	2020-2021	Conseguido.

## 7. SOSTENIBILIDAD Y FACILIDAD DE ACCESO

	Objetivo	Acción	Stakeholders internos implicados	Marco temporal	Seguimiento 21-02-20
7.1	Diversificación de las fuentes de ingreso.	Crear la figura del Fundraiser.	Decanato.	2021-2022	No empezado.
7.2	Ampliación de becas y ayudas	Incrementar las ayudas a estudiantes por razones sociales o de excelencia.	Fundación Blanquerna.	2019-2022	Conseguido.

## 8. COHESIÓN, COMPROMISO Y TALENTO

	Objetivo	Acción	Stakeholders internos implicados	Marco temporal	Seguimiento 21-02-20
8.1	Mejorar la inserción y acompañamiento del nuevo personal	Implementación de un Welcome Pack para nuevos miembros del PAS y PDI.	Vicedecanato Académico. Responsables de servicios.	2021-2022	Conseguido.
8.2	Mejorar la inserción y acompañamiento del nuevo personal	Implementación de un nuevo proceso de atracción y selección del talento académico, sobre todo en el ámbito de las Relaciones Internacionales y del Management de habla inglesa.	Vicedecanato Académico.	2021-2022	Conseguido.
8.3	Potenciar la formación del equipo humano	Incrementar el número de doctores y profesores acreditados.	Vicedecanato Académico. Vicedecanato de Investigación.	2019-2022	En proceso.
8.4	Potenciar la formación del equipo humano	Incrementar las actividades formativas para PAS y profesorado.	Decanato. Vicedecanato Académico.	2020-2022	En proceso.

## 9. FORTALECER LA COORDINACIÓN Y LOS SERVICIOS GENERALES

	Objetivo	Acción	Stakeholders internos implicados	Marco temporal	Seguimiento 21-02-20
9.1	Establecer estándares de excelencia e indicadores de gestión	Reforzar el equipo de la Comisión de Calidad (creación del vicedecano de Calidad).	Decanato.	2019-2020	Conseguido.

## 10. COMUNIDAD BLANQUERNA

	Objetivo	Acción	Stakeholders internos implicados	Marco temporal	Seguimiento 21-02-20
10.1	Formación integral en valores.	Seguir proporcionando actividades que tengan como objetivo acercar a los	Decanato.	2020-2023	En proceso.

		estudiantes al ideario Blanquerna y a la vez ser de apoyo espiritual.			
--	--	---	--	--	--

### 3. Política y objetivos de calidad FCRI

La política de calidad de la FCRI se base en **tres objetivos estratégicos**:

1. Impulsar, difundir y dar apoyo a la cultura de calidad y excelencia compartida por el centro, por la Fundación Blanquerna y por la Universidad Ramon Llull.
2. Articular las políticas estratégicas definidas en los planes de calidad e innovación academicodocente de la URL con el apoyo de la Oficina de Calidad del centro.
3. Dar respuesta a los estándares internacionales, nacionales y estatales de calidad partiendo de la participación en procesos externos e internos de seguimiento, evaluación y acreditación de la calidad.

Los **tres principios que rigen la Política de Calidad del Centre** y su Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC) son:

- Participación: la participación de los diferentes grupos de interés en los procesos de seguimiento y evaluación de la calidad es un elemento clave para garantizar la coherencia y la consistencia de nuestro SGIQ.

- Publicidad y transparencia en la divulgación de la información: principios que rigen el SGIC y que se garantizan mediante mecanismos establecidos que permiten la publicación periódica de información actualizada referente a la oferta de formación y servicios vinculados al centro, así como a la rendición de cuentas partiendo de los resultados obtenidos.

- Legalidad y seguridad jurídica: la legislación universitaria vigente y la resta de leyes y normativas de aplicación en el contexto universitario son el marco de referencia del SGIC del centro.

### 4. Objetivos generales del SGIC

Los objetivos generales del SGIC son:

a) Establecer políticas y estrategias de mejora de la calidad y de la innovación académica, docente e investigadora, así como de los servicios administrativos y de apoyo al alumnado, e implantar sistemas eficaces de garantía interna de la calidad que, posteriormente, serán objeto de evaluación y de auditoría por parte de las correspondientes agencias de evaluación.

b) Consolidar sistemas de control interno y de evaluación en base a fórmulas cimentadas en el compromiso y en la responsabilidad social.

c) Crear las condiciones necesarias para la acreditación.

Con ánimo de poder contar con un órgano que oriente y lidere los cambios necesarios para revisar y rediseñar tanto las políticas como las estrategias orientadas a la calidad y a la excelencia, la Facultad ha creado la correspondiente Oficina de Calidad (OQ).

