

# **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 .....  | 1  |
| 1. Plan Estratégico de la Fundación Blanquerna 2016-2020..... | 1  |
| 1.1 Misión y visión .....                                     | 1  |
| 1.2 Valores .....   | 5  |
| 1.3 Estructura .....  | 2  |
| Blanquerna al mundo .....                                     | 3  |
| El mundo Blanquerna .....                                     | 3  |
| 2. Objetivos del Plan Estratégico de la FCRI .....            | 4  |
| 3. Política y objetivos de calidad FCRI .....                 | 10 |
| 4. Objetivos generales del SGIC.....                          | 11 |

## 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

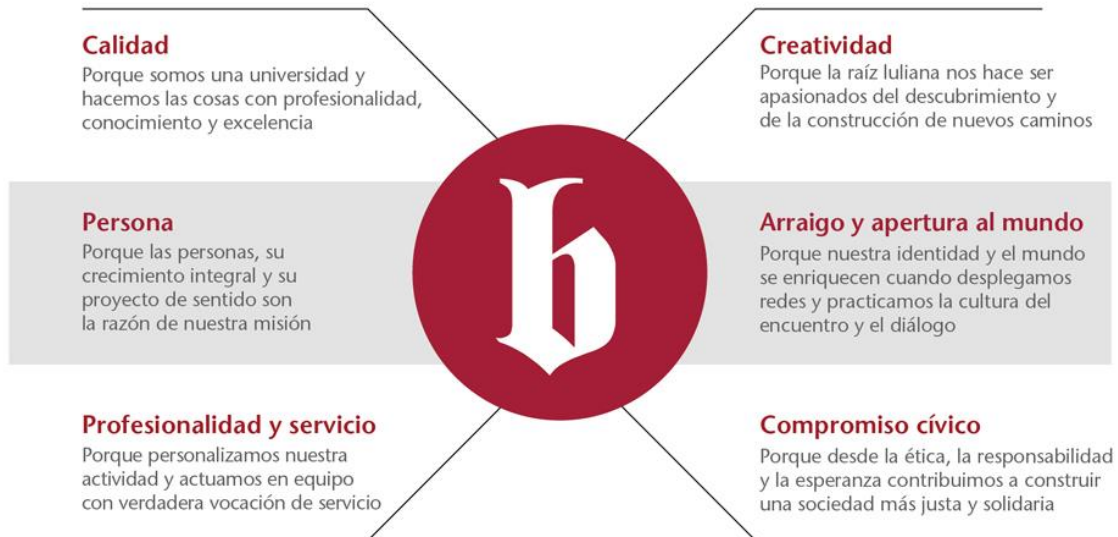
#### Misión

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. 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 |
|-----|--------------------------------|--|--|----------------|
| 1.1 | Actualizar la oferta educativa | Lanzar el Grado en Digital Media   | Equipo de dirección y coordinación del grado.<br>Departamento de Marketing y Comunicación. | 2021-2022      |
| 1.2 | Actualizar la oferta educativa | Incluir la semipresencialidad en los Masters   | Vicedecanato de Masters y Postgrados.<br>Dirección y Coordinación Masters y Postgrados.    | 2021-2022      |
| 1.3 | Actualizar la oferta educativa | Consolidar el Grado en Global Communication Management   | Equipo de dirección y coordinación del grado.  | 2021-2022      |
| 1.4 | Actualizar la oferta educativa | Crear una nueva unidad de formación In Company y Executive Education en colaboración con las empresas. | Vicedecanato de Empresa  | 2022           |

|     |                                |   |                                |           |
|-----|--------------------------------|---|--------------------------------|-----------|
| 1.5 | Actualizar la oferta educativa | Consolidar y fortalecer el Programa de Doctorado. | Vicedecanato de Investigación. | 2020-2022 |
|-----|--------------------------------|---|--------------------------------|-----------|

## 2. INVESTIGACIÓN APLICADA Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO

|     | Objetivo  | Acción  | Stakeholders internos implicados  | Marco temporal |
|-----|---|---|---|----------------|
| 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.<br>Profesores investigadores.                          | 2020-2022      |
| 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.<br>Vicedecanato de empresa. Profesores investigadores. | 2022           |
| 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.<br>Departamento de Comunicación.                       | 2020-2022      |
| 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 proyectos útiles y relevantes. | Vicedecanato de Investigación.<br>Vicedecanato de Empresa. Profesores investigadores. | 2022           |
| 2.5 | Ser referentes en generación y transferencia de conocimiento aplicados a los sectores relacionados  | Aumentar el número de publicaciones en revistas de alto impacto.  | Vicedecanato de Investigación.  | 2019-2022      |

|     |  |  |                                |           |
|-----|--|--|--------------------------------|-----------|
|     | con la Comunicación y las Relaciones Internacionales.  |  |                                |           |
| 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 |
| 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 |
| 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 |

### 3. MARCA BLANQUERNA

|     | Objetivo  | Acción   | Stakeholders internos implicados   | Marco temporal |
|-----|---|--|--|----------------|
| 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.<br>Profesorado.  | 2020-2022      |
| 3.2 | 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.<br>Departamento de Comunicación.<br>Dirección y Coordinación de Grados y Masters. | 2019-2022      |
| 3.3 | Mejorar la percepción de la marca Blanquerna a nivel global: convertirnos en referentes en  | Adoptar un CRM para la gestión y el seguimiento comercial del  | Departamento de Marketing.<br>Departamento de Comunicación.  | 2021-2022      |



|            |   |  |  |           |
|------------|---|--|--|-----------|
|            | comunicación, gestión, y relaciones internacionales.  | Departamento de Admisiones   | Dirección y Coordinación de Grados y Masters.  |           |
| <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.<br>Departamento de Comunicación.<br>Dirección y Coordinación de Grados y Masters. | 2020-2022 |

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

|            | Objetivo                         | Acción   | Stakeholders internos implicados   | Marco temporal |
|------------|----------------------------------|--|--|----------------|
| <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      |
| <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      |

#### 5. INTERNACIONALIZACIÓN

|            | Objetivo                                     | Acción   | Stakeholders internos implicados          | Marco temporal |
|------------|--|--|---|----------------|
| <b>5.1</b> | 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      |

|     |  |                                     |   |      |
|-----|--|-------------------------------------|---|------|
| 5.2 | Incrementar el nivel de Internacionalización | Lanzar el programa: "Study Abroad". | Vicedecanato de Relaciones Internacionales. Departamento de Marketing y Comunicación. | 2022 |
|-----|--|-------------------------------------|---|------|

## EL MUNDO BLANQUERNA

### 6. ESTUDIANTES Y ALUMNI

|     | Objetivo   | Acción   | Stakeholders internos implicados                                | Marco temporal |
|-----|--|--|---|----------------|
| 6.1 | Incrementar el sentido de pertenencia de los Alumni.           | Crear la figura de los "alumni Ambassadors"  | Departamento de Alumni.   | 2019-2020      |
| 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      |
| 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      |
| 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      |
| 6.5 | Acompañar estudiantes y Alumni en su desarrollo profesional.   | Hacer tutorías personalizadas sobre Desarrollo Profesional a Alumni.   | Departamento de Desarrollo Profesional.                         | 2019-2022      |

|     |  |  |  |           |
|-----|--|--|--|-----------|
| 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 |
| 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 |
| 6.8 | Incrementar la participación estudiantil.                    | Fomentar el rol de los delegados.  | Dirección y Coordinación Masters y Postgrados. | 2020-2021 |

## 7. SOSTENIBILIDAD Y FACILIDAD DE ACCESO

|     | Objetivo                                   | Acción   | Stakeholders internos implicados | Marco temporal |
|-----|--|--|----------------------------------|----------------|
| 7.1 | Diversificación de las fuentes de ingreso. | Crear la figura del Fundraiser.  | Decanato.                        | 2021-2022      |
| 7.2 | Ampliación de becas y ayudas               | Incrementar las ayudas a estudiantes por razones sociales o de excelencia. | Fundación Blanquerna.            | 2019-2022      |

## 8. COHESIÓN, COMPROMISO Y TALENTO

|     | Objetivo   | Acción  | Stakeholders internos implicados                       | Marco temporal |
|-----|--|---|--|----------------|
| 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      |
| 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      |
| 8.3 | Potenciar la formación del equipo humano                 | Incrementar el número de doctores y profesores acreditados.   | Vicedecanato Académico. Vicedecanato de Investigación. | 2019-2022      |

|     |  |  |                                      |           |
|-----|--|--|--------------------------------------|-----------|
|     |  |  |                                      |           |
| 8.4 | Potenciar la formación del equipo humano | Incrementar las actividades formativas para PAS y profesorado. | Decanato.<br>Vicedecanato Académico. | 2020-2022 |

## 9. FORTALECER LA COORDINACIÓN Y LOS SERVICIOS GENERALES

|     | Objetivo   | Acción   | Stakeholders internos implicados | Marco temporal |
|-----|--|--|----------------------------------|----------------|
| 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      |

## 10. COMUNIDAD BLANQUERNA

|      | Objetivo                       | Acción   | Stakeholders internos implicados | Marco temporal |
|------|--------------------------------|--|----------------------------------|----------------|
| 10.1 | Formación integral en valores. | Seguir proporcionando actividades que tengan como objetivo acercar a los estudiantes al ideario Blanquerna y a la vez ser de apoyo espiritual. | Decanato.                        | 2020-2023      |

## 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).

