

Seguimiento 21/02/2020

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

Ensachar 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	No empezado.
1.3	Actualizar la oferta educativa	Consolidar el Grado en Global Communication Management	Equipo de dirección y coordinación del grado.	2021-2022	En proceso.
1.4	Actualizar la oferta educativa	Crear una nueva unidad de formación In Company y Executive Education	Vicedecanato de Empresa	2022	No empezado.

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

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	No empezado.
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	No empezado.
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	En proceso.
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	Conseguir <i>publicity</i> : los medios de comunicación son las cajas de resonancia	Departamento de Comunicación. Profesorado.	2020-2022	No empezado.

	comunicación, gestión y relaciones internacionales.	del conocimiento generado por la Facultad.			
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. Departamento de Comunicación. Dirección y Coordinación de Grados y Masters.	2019-2022	En proceso.
3.3	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	No empezado.
3.4	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

	Objetivo	Acción	Stakeholders internos implicados	Marco temporal	Seguimiento 21-02-20
4.1	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.
4.2	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	En proceso.
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	En proceso.
6.5	Acompañar estudiantes y Alumni en su desarrollo profesional.	Hacer tutorías personalizadas sobre Desarrollo Profesional a Alumni.	Departamento de Desarrollo Profesional.	2019-2022	En proceso.
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	No empezado.

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	En proceso.

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	No empezado.
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	No empezado.
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	En proceso.

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	No empezado.

		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).

