

<b>DISEÑO DE LA OFERTA FORMATIVA</b>	<b>Código:</b> PE03.01
	<b>Fecha aprobación:</b> Feb/24
<b>PROCESO DE INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA DE PORTFOLIO</b>	<b>Versión:</b> 2.0 WEB*

## RESULTADOS ESPERADOS Y ENFOQUE DEL PROCESO

### DATOS DE IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

<b>MACROPROCESO</b> <i>(Según mapa de procesos de la organización)</i>	DISEÑO DE LA OFERTA FORMATIVA		
<b>PROCESO</b>	PE03.01 PROCESO DE INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA DE PORTFOLIO DE TITULACIONES UNIVERSITARIAS OFICIALES y TÍTULOS PROPIOS	<b>ALCANCE</b>	Titulaciones Oficiales
<b>SUBPROCESOS</b>	PE03.01.01 Identificación y aprobación de nuevas titulaciones. PE03.01.02 Solicitud de modificación de titulaciones oficiales en función de cobertura o detección de necesidades de grupos de interés durante la campaña. PE03.01.03 Lanzamiento y comercialización de las titulaciones universitarias oficiales		
<b>RESPONSABLE</b> <i>(Incluir Departamento responsable)</i>	Área de Marketing y Comunicación y Vicerrectorado de Estudios y Calidad		

### OBJETIVO GENERAL DEL PROCESO

Identificar la sistemática para la elaboración del plan de innovación y modificación del portfolio de títulos, tanto oficiales como formación permanente

OBJETIVOS OPERATIVOS DEL PROCESO O RESULTADOS ESPERADOS			ALINEACIÓN CON ODS	ALINEACIÓN CON EL PLAN ESTRATÉGICO	
Nº	Descripción del Objetivo/resultado esperado del proceso	Nº	Objetivo Desarrollo Sostenible	Nº	Objetivo relacionado del Plan Estratégico
1	Poseer una oferta académica de titulaciones universitarias oficiales alineada con el plan estratégico (iniciativas) de la Universidad				
2	Poseer titulaciones universitarias oficiales alineadas a las demandas del mercado				
3	Titulaciones universitarias oficiales según reglamentación vigente y aprobadas por los correspondientes organismos oficiales				
4	Implantación de la oferta de titulaciones oficiales universitarias previstas en innovación en el plazo de dos años				

<b>DISEÑO DE LA OFERTA FORMATIVA</b>	<b>Código:</b> PE03.01
	<b>Fecha aprobación:</b> Feb/24
<b>PROCESO DE INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA DE PORTFOLIO</b>	
<b>Versión:</b> 2.0 WEB*	

<b>GRUPOS DE INTERÉS</b> <i>(Afectados)</i>	<b>EXPECTATIVAS Y NECESIDADES</b> <i>(Por qué es importante para el grupo de interés/Cómo se ve beneficiado)</i>
Consejo de Dirección	Conocer y validar las titulaciones universitarias oficiales (nuevas y/o modificaciones) que estén enfocadas al plan estratégico, las inversiones realizadas y el retorno.
Jefes de Estudios	Necesitan elaborar nuevas memorias y crear una propuesta de valor diferencial que eleve el reconocimiento de su facultad
Ventas	Conocer las nuevas titulaciones universitarias oficiales para estimar el número de ventas y objetivos mensuales
Finanzas	Conocer el impacto económico de las propuestas para provisionar inversión y la ejecución de las obras
Estudiantes	Disponer de la información de la titulación para poder iniciar su proceso de admisión y tomar una decisión

<b>REQUISITOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DEL PROCESO</b>			
<b>Proveedores</b> <i>(Qué departamento entrega)</i>	<b>Elementos de Entrada</b> <i>(Qué entrega)</i>	<b>Elementos de Salida</b> <i>(Cuál es la finalización del proceso)</i>	<b>Destinatarios</b> <i>(Quién lo recibe)</i>
Marketing	Presentación de Mercado	Ppt	Facultades
Marketing y Vicerrectorado de Estudios y Calidad	Presentación de innovación	Ppt	Dirección
Finanzas	Viabilidad financiera	Ppt/excel	Dirección, MK y VR
Marketing + Agencia	Análisis y demanda de titulaciones	Ppt/excel	Dirección
VR Calidad	Listado de títulos	Excel en drive	Dirección
Finanzas	Documentación para el regulador	Ficha template	Vicerrectorado de Estudios y Calidad
Jefes de Estudios	Información del programa (Documento base)	Comunicación de la titulación	Ventas y Estudiantes

<b>REQUISITOS NORMATIVOS</b>			
<b>SISCAL</b>		<b>ISO 9001:2015</b>	
<b>Criterio</b>	<b>2. Gestión de la oferta formativa.</b>	<b>Cláusula</b>	<b>8. Operación.</b>
<b>Directriz</b>	2.1. El centro define su oferta formativa en el marco de la estrategia de la institución y cumpliendo con los requisitos establecidos en la legislación vigente. En el caso del SIGC en cuyo alcance se incluyan las enseñanzas propias, los órganos de gobierno de la universidad regularán mediante una normativa específica como mínimo las condiciones de impartición, las plazas disponibles, el plan de estudios, la participación de profesorado propio de la universidad y	<b>Subcláusula</b>	8.3. Diseño y desarrollo de los productos y servicios.

<b>DISEÑO DE LA OFERTA FORMATIVA</b>	<b>Código:</b> PE03.01
	<b>Fecha aprobación:</b> Feb/24
<b>PROCESO DE INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA DE PORTFOLIO</b>	

	<p>del externo, y los precios de dichos títulos que, en las universidades públicas, serán aprobados por el Consejo Social.</p> <p>En el caso de centros que imparten programas de doctorado se debe establecer la reglamentación requerida por la normativa vigente sobre los estudios de doctorado: duración, prórrogas, defensa de tesis, supervisión, directores y tutores de tesis, perfiles de estudiantes de doctorado, etc</p> <p>2.2. Se deben establecer los procedimientos necesarios para diseñar, aprobar, revisar, modificar y extinguir las titulaciones que se imparten.</p> <p>En el caso del SIGC en cuyo alcance se incluyan las enseñanzas propias se deben implementar procedimientos para la emisión de los informes del Sistema Interno de Garantía de Calidad para los Másteres de Formación Permanente.</p> <p>2.3. Los procedimientos de gestión de la oferta formativa deben considerar, al menos, los siguientes elementos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incorporación de expectativas y necesidades de los grupos de interés internos y externos en el diseño y modificación de los programas formativos.</li> <li>• Establecimiento de los órganos relacionados con el diseño, aprobación, revisión, modificación y extinción de los programas formativos.</li> <li>• Identificación del tipo de información que se debe analizar en los procesos de diseño, aprobación, revisión, modificación y extinción de los programas formativos.</li> <li>• El seguimiento de los compromisos establecidos en la memoria de verificación de los títulos oficiales impartidos.</li> </ul>			
--	---	--	--	--

### REGISTROS Y DOCUMENTOS RELACIONADOS

REGISTROS	
<i>(Resumen de los registros incluidos en la descripción de las actividades)</i>	
Código	Registro
A rellenar Calidad	
	Ppt innovación
	Fichas de rentabilidad
	Análisis de demanda
	Check list de viabilidad
	Ficha de viabilidad

PROCESOS, REGISTROS / FORMATOS Y DOCUMENTOS INTERNOS RELACIONADOS	
<i>(Otros registros que es necesario tener y que pertenecen a otros procesos)</i>	
Código	Registro
A rellenar Calidad	
	Presupuesto
	Inversión en marketing por titulación
	Dashboards publicidad
	Dashboards comerciales – Power BI
	Dashboards seguimiento leads – SF

DOCUMENTOS EXTERNOS RELACIONADOS
<i>(Normativa, legislación aplicable, etc...)</i>
LOU
RD 822/2021
RD 640/2021
Crterios y directrices para las titulaciones oficiales definidos y aprobados por la Agencia de Evaluación.
Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT)

<b>DISEÑO DE LA OFERTA FORMATIVA</b>	<b>Código:</b> PE03.01
	<b>Fecha aprobación:</b> Feb/24
<b>PROCESO DE INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA DE PORTFOLIO</b>	<b>Versión:</b> 2.0 WEB*

	Email confirmación fichas de viabilidad				
	Listado de titulaciones aprobadas				
	Documentos base				
	Ficha web				
	Argumentario de ventas				
NA	Landing (Si aplica)				
NA	Email autorespondedor				
NA	Creatividades de campaña				

**OTRA INFORMACIÓN DE INTERÉS:**

**VALIDACIÓN DEL PROCESO**

ELABORA	REVISAR	APRUEBA
ÁREA DE MARKETING	VR ESTUDIOS Y CALIDAD	COMITÉ EJECUTIVO

**HISTORIAL DE MODIFICACIONES**

REVISIÓN	FECHA	CAMBIOS
01	10/02/23	Edición inicial del documento.
02	Febrero'24	Inclusión criterios y requisitos SISCAL. Revisión de los indicadores

**\* VERSIÓN WEB:**

La información de los apartados relacionados con: Sistemas de Seguimiento, Recursos Necesarios, Despliegue del Proceso, Riesgos e Indicadores no se muestra en esta versión.