



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA
BARCELONATECH

Fundació Politècnica de Catalunya

SAIQ

Perfiles de ingreso/egreso y captación de alumnos

Versión 3.0



1. Contenido

1. Contenido	2
2. Objetivos y alcance	4
2.1. <i>Objetivos</i>	4
2.2. <i>Alcance</i>	4
3. Referencias y normativas	5
4. Definiciones	6
5. Desarrollo del proceso	7
5.1 <i>Recogida y análisis de información</i>	7
5.2 <i>Revisión del perfil de ingreso y egreso</i>	7
5.3 <i>Plan de promoción</i>	7
5.3.1 <i>Ejecución de acciones de promoción</i>	7
5.3.2 <i>Actividades de reporting</i>	8
5.3.3 <i>Ajuste del plan de promoción</i>	8
5.3.4 <i>Informe de campaña de promoción</i>	8
6. Seguimiento y medida	9
7. Evidencias	10
8. Roles y actividades	11
9. Ficha Resumen	12
10. Diagrama de Flujo	13

PROCESO



Control de versiones					
Versión	Autor	Fecha	Referencia	Revisor	Aprobador
1.0	Control de Gestión y Calidad Pablo Francica	22/02/2010	Diseño de SAIQ	Laura Rubio Ortega 04-03-2010	Josep M. Martorell i Rodon 06-04-2010
1.1	Departamento de Administración y Controlling Pablo Francica	16-02-2011	Modificaciones a partir del Informe Previo de Evaluación del Diseño del SGIC - AQU.	Laura Rubio Ortega 28-02-2011	Ignasi del Río López 28-02-2011
1.2	Departamento de Administración y Controlling Montse Cavero	28-07-2011	Modificaciones a partir del Informe Final de Evaluación del Diseño del SGIC - AQU.	Laura Rubio Ortega 28-07-2011	Ignasi del Río López 28-07-2011
2.0	Departamento de Administración y Controlling Montse Cavero	12-09-2013	Implementación del SAIQ	Francisco Esteban 12-09-2013	Isabel Torras Junoy 31-07-2014
3.0	Departamento de Administración y Controlling Montse Cavero	22-06-2015	Mejora Continua del SAIQ	Francisco Esteban 22-06-2015	Isabel Torras Junoy 31-07-2015



2. Objetivos y alcance

2.1. Objetivos

El proceso tiene los siguientes objetivos:

- Captar alumnos preparados y motivados para poder realizar con éxito los programas formativos.
- Facilitar información personalizada a los interesados en los programas formativos.

2.2. Alcance

Este documento es de aplicación a todos los programas formativos adaptados al EEES dónde la FPC posee responsabilidad académica (programas de grado, de formación permanente, ya sean titulaciones oficiales o no oficiales).



3. Referencias y normativas

El siguiente listado incluye las referencias y normativas que se han tenido en cuenta en la elaboración del proceso:

Marcos de referencia internos:

- Memoria de programas formativos.
- Normativa Académica de los Estudios de Grado (NAEG) de la UPC.

Marcos de referencia externos:

- Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, modificada por la ley orgánica 4/2007, de 12 de abril, de Universidades.
- Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.
- Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el cual se establece la ordenación de la enseñanza universitaria oficial.
- Real Decreto 69/2000, de 21 de enero, por el cual se regulan los procedimientos de selección para el ingreso a los centros universitarios de los estudiantes que reúnen los requisitos legales necesarios para el acceso a la Universidad (BOE de 22 de enero de 2000).
- Ley 1/2003, de 19 de febrero, de universidades de Cataluña.



4. Definiciones

FPC: Fundació Politècnica de Catalunya.

EEES: Espacio Europeo de Educación Superior.

DP: Departamento de Programas.

PSM: Departamento de Promoción y Social Media.

CITM: Centre de la Imatge i la Tecnologia Multimèdia.

SAIQ: Sistema de Aseguramiento Interno de la Calidad.

Perfil de ingreso: Descripción conceptual de las características deseadas de los estudiantes de nuevo ingreso en términos de conocimientos, habilidades y actitudes favorables para cursar y finalizar con éxito los estudios que inicia.

Planes de promoción: Conjunto de actividades planificadas y orientadas a los alumnos potenciales para informarles sobre la oferta formativa que dispone la FPC.



5. Desarrollo del proceso

5.1 Recogida y análisis de información

La persona responsable del programa formativo, dentro del Departamento de Programas, es la figura responsable de la petición de los planes de promoción al equipo de Promoción y Social Media (PSM). Para ello, se obtendrá información a partir de las siguientes fuentes:

- Perfiles de ingreso de los programas.
- Resultados anteriores de las acciones de promoción.
- Resultados obtenidos en el proceso de comercialización del programa.

5.2 Revisión del perfil de ingreso y egreso

La persona responsable del programa será la encargada de revisar que los perfiles de ingreso y egreso de los programas formativos a promocionar sean los adecuados, de acuerdo a la memoria de los programas formativos, y en coordinación con el Director Académico del Programa.

En los programas de Grado, el perfil de ingreso y egreso, está regulado por la legislación vigente a tales efectos.

5.3 Plan de promoción

El plan de promoción, que contiene la relación de acciones de publicidad y promoción a realizar, será consensuado conjuntamente entre el departamento de Programas y el departamento de Promoción y Social Media. El responsable de promoción presentará una primera propuesta y la persona responsable del programa lo validará en función de su adecuación a los costes generales del programa y la estrategia de promoción en cada caso. El coste del plan de Promoción será incluido en el presupuesto del programa como input al Proceso 919 P.2.3 Presupuestación de programas formativos.

El Director Académico podrá realizar, a través del Departamento de Programas, cualquier propuesta y aportación que considere de valor para el plan de promoción.

En los programas de Grado, la relación de las acciones de publicidad y promoción será elaborada por la persona encargada de la promoción del programa, a petición de la persona responsable del programa (DP) teniendo en cuenta las aportaciones del Director del CITM, consensuada con el equipo docente.

Una vez validadas las acciones de promoción y el presupuesto correspondiente, la persona responsable de la promoción del programa ejecutará las acciones reflejadas en el plan.

5.3.1 Ejecución de acciones de promoción

El Equipo del Departamento de PSM será el encargado de ejecutar las actividades de promoción en función del calendario del plan de promoción establecido.

Las actividades se clasificarán de la siguiente manera:

On-line:

- Presencia en web (Propias, *Partners* o Proveedores)
- Presencia en redes sociales propias
- Publicidad on-line (Google Adwords, LinkedIn y Facebook)



- Newsletters y mailings
- Vídeos
- Banners

Off-line:

- Folletos y material gráfico
- Asistencias a ferias y eventos
- Sesiones informativas
- Jornadas de puertas abiertas (Titulaciones de Grado)

Se valorarán otras acciones de publicidad y promoción si algún caso particular así lo exige. En el caso de la asistencia a ferias y eventos, sesiones informativas y jornadas de puertas abiertas, será el equipo del Departamento de Programas quién tomará esta responsabilidad.

5.3.2 Actividades de reporting

El plan de promoción queda registrado en la base de datos de la organización.

5.3.3 Ajuste del plan de promoción

El plan de promoción se someterá a seguimiento por parte de ambos departamentos (DP y PSM), pudiéndose reajustar económicamente y estratégicamente en función de los resultados de las acciones de promoción y publicidad y en función de la evolución comercial del programa en concreto.

5.3.4 Informe de campaña de promoción

Una vez finalizadas las acciones de promoción, la persona responsable del programa podrá solicitar, en aquellos casos que considere necesario, un informe de la campaña que servirá para analizar en el futuro la efectividad de la campaña de promoción.



6. Seguimiento y medida

Las actividades de seguimiento y medición del Proceso 'Perfiles de ingreso y captación de alumnos' se encuentran especificados en la evidencia 'Listado de indicadores e informes' (919.E.6.1.1) definida en el Proceso de 'Análisis y utilización de los resultados' (919.P.6.1).



7. Evidencias

Identificación	Descripción	Soporte	Responsable de la custodia	Tiempos de conservación
919.E.3.1.1	Plan de Promoción	Sistema	PSM	5 años
919.E.3.1.2	Informe de Campaña de promoción	Sistema	PSM	5 años
919.E.3.1.3	Plan de Mejoras	Sistema	PSM	5 años



8. Roles y actividades

En la siguiente tabla se detallan los roles y las actividades que se desarrollan durante el proceso:

Rol	Actividades
Equipo de DP	Revisión del Perfil de Ingreso/Egreso. Encargar el plan de promoción. Incluir el coste asociado al plan de promoción en el presupuesto del programa. Ejecución de determinadas acciones del plan de promoción. Solicitar ajustes en el plan de promoción. Solicitar el informe de campaña de promoción en los casos en los que sea necesario. Análisis del proceso y elaboración del Plan de mejoras.
Director Académico	Participación en la definición del plan de promoción, en los casos necesarios. Participación en la revisión del perfil de ingreso/egreso.
Director del CITM	Participación en la definición del plan de promoción.
Equipo de PSM	Definición y elaboración del plan de promoción. Selección de proveedores y determinación del coste. Ejecución de acciones del plan de promoción (On-line y Off-line). Registro de acciones del plan de promoción.



9. Ficha Resumen

PROCESO

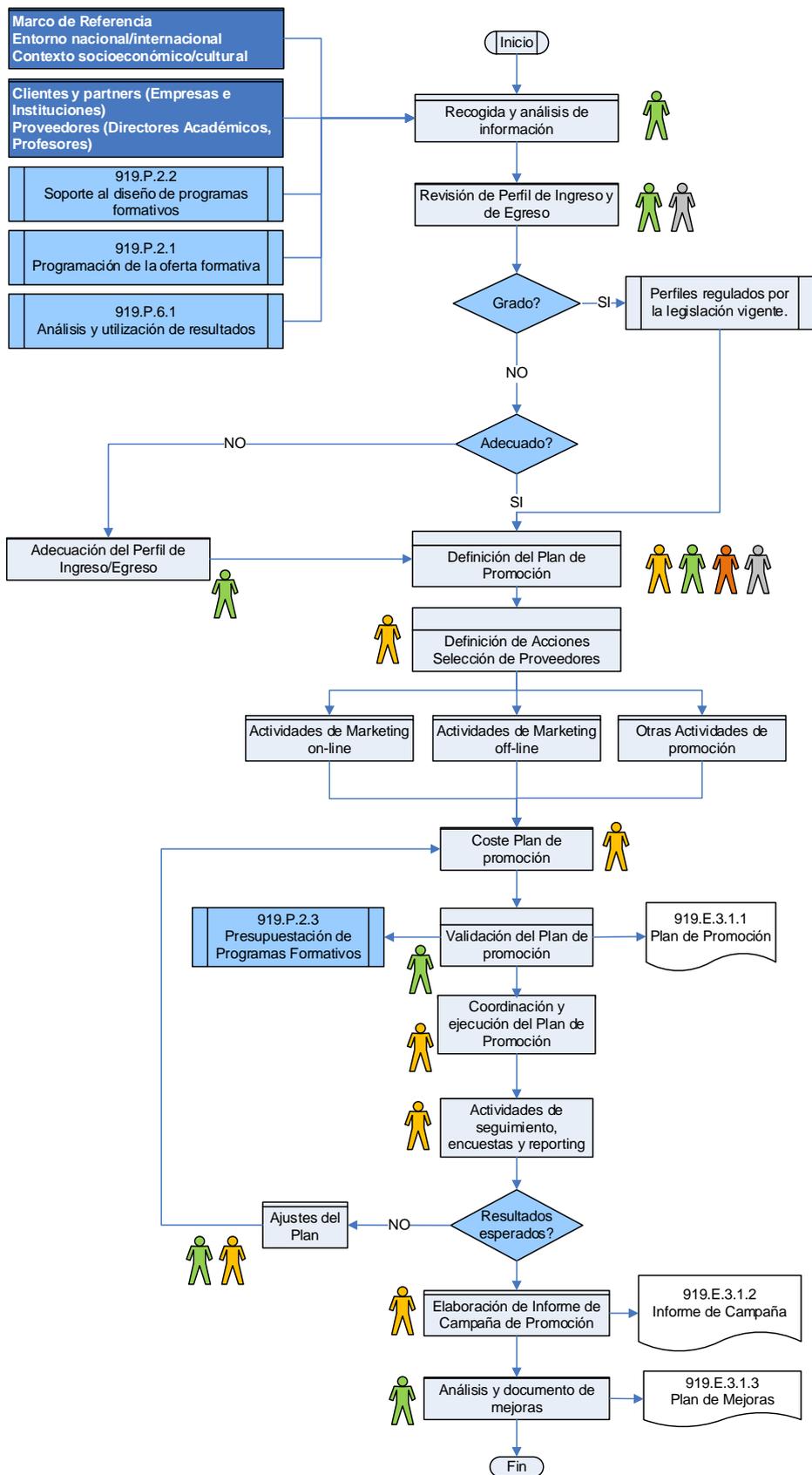
Responsable del Proceso		<ul style="list-style-type: none"> Responsable del Departamento de Programas.
Órgano Responsable		<ul style="list-style-type: none"> No Aplica.
Grupos de Interés	Implicados y mecanismos de participación	<ul style="list-style-type: none"> PAS: revisión de los perfiles de ingreso y egreso, y la captación de alumnos. Foros Empresariales, Agrupaciones del Sector de la Formación Continua, Redes Universitarias, Colegios Oficiales, Agrupaciones profesionales, PAS, Alumnos Potenciales Aportación de información en los procesos del SAIQ que se recoge mediante el proceso 919.P.6.1 (Análisis y Utilización de Resultados).
	Rendición de cuentas	<ul style="list-style-type: none"> La rendición de cuentas a los grupos de interés queda definida en el proceso 919.P.7.1 (Publicación de Información sobre Titulaciones).
Mecanismos para la toma de decisiones		<ul style="list-style-type: none"> Se detalla en los puntos 5 (Desarrollo del Proceso) y 6 (Seguimiento y Medición) del documento.
Recogida y análisis de información		<ul style="list-style-type: none"> Los indicadores del proceso se definirán y se recogerán de acuerdo en lo establecido en el proceso 919.P.6.1 (Análisis y Utilización de Resultados).
Seguimiento, revisión y mejora		<ul style="list-style-type: none"> El Responsable del Departamento de Programas será el encargado de realizar el seguimiento anual, revisar el proceso e implantar mejoras.

10. Diagrama de Flujo

PROCESO

Elemento	Descripción
	Inicio del proceso
	Actividad a desarrollar
	Punto de control/decisión
	Enlace con otro proceso
	Evidencia documental de la realización de una actividad
	Elementos del entorno que se han de considerar para desarrollar una actividad
	Inputs o entradas a un determinado proceso
	Indicador de continuidad del proceso
	Fin del proceso

PROCESO



Referencias - 919.F.3.1



Director CITM



Director Académico



Equipo de PSM



Equipo DP



Oracle CRM



Acción de Seguimiento