

PLAN ESTRATÉGICO 2020-2025				
ÁREA	OBJETIVO	LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	
1.- DIMENSIÓN ACADÉMICA	1.1 Crear un plan de actualización en metodología docente	1.1.1. Adaptar progresivamente el modelo pedagógico al NCA.	1.1.1.1. Diseñar un curso de formación teórico-práctica NCA y ABPI adaptado al contexto universitario	
			1.1.1.2. Establecer un calendario de implementación del modelo.	
		1.1.2. Talleres de formación en metodologías.	1.1.2.1. Realización de un programa de formación institucional en metodologías innovadores.	
		1.1.3. Revisión de nuestro modelo metodológico.	1.1.3.1. Revisar de manera continua del documento de modelo metodológico y pedagógico.	
		1.1.4. Implicar a los alumnos en la reflexión metodológica.	1.1.4.1. Inclusión de los representantes de los estudiantes en las comisiones de trabajo	
	1.2. Impulsar la investigación en metodología docente	1.2.1. Desarrollar líneas de investigación en el propio Centro		1.2.1.1. Adaptación de los estatutos para posibilitar la participación en proyectos competitivos
				1.2.1.2. Realizar acciones de formación en investigación para todo el centro
				1.2.1.3. Facilitar los procesos de investigación
				1.2.1.4. Generar grupos de investigación entre facultades
		1.2.2. Desarrollar líneas de investigación sobre NCA con los centros La Salle	A. Estimular y generar líneas y grupos de investigación docente entre facultades y colegios de La Salle.	
	1.3. Diseñar un modelo de transferencia vinculado al área de I+	1.3.1. Crear e implementar un modelo de transferencia de investigación		1.3.1.1. Generar un documento que establezca los criterios de investigación dentro de la carga de trabajo del PDI
				1.3.1.2. Establecer una coordinación entre el área de investigación e innovación.
				1.3.1.3. Estimular y generar un modelo de transferencia de conocimiento en investigación entre facultades y el IRF.
				1.3.1.4. Generar un equipo de trabajo de investigación conjunta entre facultades
		1.3.2. Crear un modelo de transferencia de innovación funcional a 4 años.	1.3.2.1. Fomentar la generación nuevas alianzas entre el área de Innovación del CSEULS y entidades externas para promoción	
			1.3.2.2. Poner a disposición de los investigadores del centro información sobre las líneas estratégicas de investigación e innovación del centro, locales, nacionales y europeas.	
1.4 Implementar programas internacionales virtuales en cada titulación	1.4.1. Programas COIL y Clases Espejo.		1.4.1.1. Selección de candidatos para participar en los programas	
			1.4.1.2. Formación del profesorado interesado en participar en programas COIL y clases espejo	

ÁREA	OBJETIVO	LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA
2.- DESARROLLO DE PERSONAS Y COMUNIDAD	2.1. Diseñar e implementar una nueva política de un plan de personal	2.1.1. Elaboración de un plan de desarrollo profesional	2.1.1.1. Elaboración de un plan de desarrollo profesional
		2.1.2. Implementación de el Plan de Desarrollar Profesional	2.1.2.1. Puesta en marcha y evaluación del Plan de Desarrollo Profesional
		2.1.3. Formar a los responsables de áreas en experiencia de empleado	2.1.3.1. Realización de formación específica para los responsables de animación del centro: EG y responsables de departamentos o vicedecanatos.
	2.2. Favorecer el desarrollo integral de las personas.	2.2.1. Rediseñar y evaluar el modelo de PAT	2.2.1.1. Elaboración del nuevo modelo PAT
		2.2.2. Rediseñar y evaluar la Inserción Laboral	2.2.2.1. Elaboración de un nuevo protocolo de Inserción Laboral
3.- IDENTIDAD Y VALORES	3.1 Potenciar el sentido de pertenencia	3.1.1. Trabajar la Carta de Identidad lasaliana universitaria	3.1.1.1. Aumentar el conocimiento de los valores identitarios de la Universidad
		3.1.2. Revisar los criterios de una obra lasaliana.	3.1.2.1. Evaluar el grado de conocimiento y cumplimiento de los criterios de una obra lasaliana
		3.1.3. Revisar los diferentes perfiles lasalianos (con especial atención al sanitario)	3.1.3.1. Definir un perfil de egresado del CSEU La Salle
		3.1.4. Impulsar la Comunidad Campus	3.1.4.1. Revitalizar la Comunidad Campus
		3.1.5. Invitar a la comunidad de Hermanos a compartir momentos de reflexión	3.1.5.1. Crear espacios de encuentro e intercambio con la Comunidad de Hermanos
	3.2 Diseñar e implantar un plan de cultura vocacional como elemento vertebrador de la vida en el Campus	3.2.1. Diseñar una primera reflexión por parte del Área de CC. Religiosas	3.2.1.1. Proponer un plan de cultura vocacional para el Campus
		3.2.2. Establecer una reflexión con el resto de la comunidad universitaria para la elaboración del plan	3.2.2.1. Involucrar a toda la comunidad universitaria en el diseño del Plan
		3.2.3. Implantar el plan	3.2.3.1. Implantación de un Plan de cultura vocacional en el Campus
	3.3 Generar un espacio para antiguos alumnos	3.3.1. Crear embajadores de marca	3.3.1.1. Reconocer embajadores de marca
		3.3.2. Crear y dinamizar una cuenta-perfil específico en LinkedIn	3.3.2.1. Crear y/o dinamizar redes sociales profesionales
		3.3.3. Favorecer encuentros con motivo de aniversarios	3.3.3.1. Celebrar los 5 y 10 años de cada promoción graduada
		3.3.4. Crear una asociación de antiguos alumnos	3.3.4.1. Crear una asociación de antiguos alumnos

ÁREA	OBJETIVO	LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA	
3.- IDENTIDAD Y VALORES	3.4 Contribuir a la consecución de los objetivos del Desarrollo Sostenible.	3.4.1 Contribuir a la consecución de los objetivos del Desarrollo Sostenible con especial atención a su vinculación con el proyecto Campus Para Todos.	3.4.1.1. Fortalecer el Comité Campus para Todos para unificar las iniciativas y proyectos de sostenibilidad. 3.4.1.2. Promover e impulsar proyectos dentro de la Universidad alineados con los ODS y PEG	
		4.1.1. Desarrollar una formación inicial	4.1.1.1. Formación sobre transformación digital	
4.- GESTIÓN DE RECURSOS Y SERVICIOS (RECURSOS TÉCNICOS, CALIDAD)	4.1. Crear un plan director de transformación digital	4.1.2. Reflexión del estado actual	4.1.2.1. Análisis de la digitalización en el sector universitario	
		4.1.3. Establecimiento de la dirección a seguir (plan director)	4.1.3.1. Diseño del plan director alineado con las necesidades del Campus	
		4.2. Optimizar los recursos y espacios	4.2.1. Reflexionar sobre el uso y gestión de los <i>espacios</i> para encontrar una solución 4.2.2. Reflexionar sobre el uso y gestión de los <i>recursos técnicos</i> para encontrar una solución	4.2.1.1. Optimización la gestión y reserva de los espacios del Campus 4.2.2.1. Optimización la gestión y reserva de ios recursos técnicos del Campus
	4.3. Consolidar un sistema de gestión de calidad en el Campus	4.3.1. Renovar las acreditaciones	4.3.1.1. Renovar la acreditación del SGIC-SAIC	
		4.3.2. Establecer un sistema de calidad para el IRF	4.3.2.1. Renovar la acreditación Institucional	
	4.4. Iniciar en el Campus una reflexión sobre la experiencia cliente	4.4.1. Proporcionar formación a los departamentos implicados (Innovación, marketing, Calidad, tecnología, Secretaría, Facilities, RR.HH.)	4.4.1.1. Acción formativa en Experiencia de cliente	
		4.4.2. Articular un mecanismo conjunto de trabajo en Experiencia de cliente.	4.4.2.1. Diseño de un Plan en Experiencia de Cliente para el Campus	
	5.- DESARROLLO DE NEGOCIO (COMUNICACIÓN Y MARKETING, NUEVAS INICIATIVAS)	5.1. Potenciar la generación de nuevos productos educativos	5.1.1. Implantar un master oficial de Educación.	5.1.1.1. Intentar implantar un master oficial de Educación.
			5.1.2. Abrir una línea de comercialización de productos online para todas las áreas en la escuela de negocios IGS.	5.1.2.1. Abrir una línea de comercialización de productos online para todas las áreas en la escuela de negocios IGS.
			5.1.3. Reestructurar el bienio en Ciencias Religiosas y Catequéticas	5.1.3.1. Crear nuevos productos en el Área derivados del Bienio.
5.1.4. Implantar un master oficial relacionado con las nuevas titulaciones.			5.1.4.1. Intentar implantar un master oficial relacionado con Podología.	
			5.1.4.2. Intentar implantar un master oficial relacionado con Transmedia.	

ÁREA	OBJETIVO	LÍNEA DE ACCIÓN	INICIATIVA
5.- DESARROLLO DE NEGOCIO (COMUNICACIÓN Y MARKETING, NUEVAS INICIATIVAS)	5.1. Potenciar la generación de nuevos productos educativos	5.1.5. Implantar algún título nuevo de Ciclos Formativos de Grado Superior.	5.1.5.1. Implantar título nuevo de Ciclos Formativos de Grado Superior en Mediación Comunicativa
			5.1.5.2. Implantar título nuevo de Ciclos Formativos de Grado Superior Higiene Bucodental
	5.2. Definir una estrategia de comunicación propia.	5.2.1. Definir el posicionamiento y propuesta de valor del Campus (especialmente posicionamiento de marca)	5.2.1.1. Definir el posicionamiento y propuesta de valor del Campus (especialmente posicionamiento de marca)
		5.2.2. Definir e implantar un plan de comunicación externa.	5.2.2.1. Definir e implantar un plan de comunicación externa.
		5.2.3. Definir e implantar un plan de comunicación interna.	5.2.3.1. Definir e implantar un plan de comunicación interna.
	5.3. Potenciar la función de Marketing y Ventas	5.3.1. Definir el posicionamiento y propuesta de valor de los productos del Centro.	5.3.1.1. Definir el posicionamiento y propuesta de valor de los productos del Centro.
		5.3.2. Realizar un plan estratégico y operativo de marketing.	5.3.2.1. Realizar un plan estratégico y operativo de marketing.
		5.3.3. Potenciar y mejorar el proceso de venta y post-venta.	5.3.3.1. Potenciar y mejorar el proceso de venta y post-venta.
	5.4. Dinamizar la relación universidad-empresa	5.4.1. Seguir potenciando los eventos de alianzas (incluyendo prácticas).	5.4.1.1. Seguir potenciando los eventos de alianzas (incluyendo prácticas).
		5.4.2. Articular un proyecto de universidad-empresa (incluyendo posibilidades de financiación).	5.4.2.1. Articular un proyecto de universidad-empresa (incluyendo posibilidades de financiación).
	5.5. Potenciar la actividad clínica en el campus (IRF)	5.5.1. Rediseñar el modelo de negocio.	5.5.1.1. Rediseñar el modelo de negocio.
		5.5.2. Diseñar una estrategia de marketing propia.	5.5.2.1. Diseñar una estrategia de marketing propia.
		5.5.3. Revisar y potenciar el modelo de ventas.	5.5.3.1. Revisar y potenciar el modelo de ventas.
		5.5.4. Conseguir una acreditación de calidad.	5.5.4.1. Conseguir una acreditación de calidad.