

2020/2024



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

I PLAN ESTRATÉGICO

FACULTAD MARKETING Y GESTIÓN

Presentación

3

Misión, visión y valores

5

Objetivos

7

Estructura del equipo decanal

9

Proyectos del plan estratégico

18



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



PRESENTACIÓN

El presente Plan Estratégico constituye la ruta que guiará la actividad de la Facultad durante los próximos años, orientando su desarrollo académico, organizativo y social. Su finalidad es definir con claridad los objetivos prioritarios del centro y articular las acciones necesarias para alcanzarlos, garantizando una gestión eficiente, coherente y alineada con los retos presentes y futuros del entorno universitario.

Este documento surge como respuesta a la necesidad de fortalecer nuestra misión y visión institucional, adaptándonos a las demandas cambiantes del mercado laboral, a la transformación digital y a las expectativas de la comunidad universitaria. El plan integra de manera equilibrada los ámbitos esenciales de la Facultad —docencia, investigación, alumnado, profesorado, PAS, infraestructuras y relaciones externas—, estructurándolos en ejes estratégicos que permiten ordenar y priorizar las actuaciones de forma coherente.

Con este documento reafirmamos nuestro compromiso con una universidad moderna, abierta, participativa y conectada con la sociedad. Refleja nuestra voluntad de impulsar la excelencia, promover la innovación docente, fortalecer las relaciones con empresas e instituciones y situar al alumnado en el centro de nuestra actividad.



Benjamín del Alcázar Martínez
Decano de la Facultad de Marketing y Gestión



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



MISIÓN, VISIÓN Y VALORES



MISIÓN

Ser una facultad líder y un referente de innovación en la formación, investigación y transferencia en marketing y gestión, reconocida por su impacto en la sociedad y su conexión con el ecosistema empresarial global.

VISIÓN

Formar a profesionales altamente cualificados, con pensamiento crítico, competencias digitales avanzadas y una visión global, a través de una docencia de excelencia, una investigación relevante y una estrecha colaboración con el entorno socioeconómico para fomentar la empleabilidad y el desarrollo sostenible.

VALORES

1. Excelencia Académica: Compromiso con la máxima calidad en docencia e investigación.
2. Innovación: Adaptación continua a las nuevas tendencias y tecnologías.
3. Internacionalización: Fomento de una mentalidad global en toda la comunidad.
4. Compromiso Social: Contribución activa al desarrollo sostenible y al bienestar social.
5. Colaboración: Sinergias con empresas, instituciones y otros agentes sociales.
6. Centralidad en las Personas: Fomento del desarrollo profesional y personal de estudiantes, PDI y PTGAS.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



OBJETIVOS



Alumnos

Formación y empleabilidad

Mejorar la formación de los estudiantes y generar mayores oportunidades laborales y profesionales.

Profesorado

Docencia e investigación

Desarrollar una mayor vinculación, participación e interacción entre el profesorado que imparte docencia en el centro y esta facultad, así como apoyarles en su continuo desarrollo profesional, tanto en el ámbito académico como en el investigador. Potenciar las actividades de transferencia de la investigación del profesorado.

Objetivo general

Seguir colaborando con esta facultad para la mejora de la misma frente a sus distintos componentes y agentes del entorno: alumnos, personal, servicios y rectorado UMA y empresas e instituciones.

Administración y servicios

Fomentar la comunicación interna y el grado de participación del personal en la gestión y actividades del centro, así como apoyarles y facilitarles el desarrollo de sus actividades profesionales.

PAS

Participación y colaboración

Mejorar y potenciar la participación y relaciones del centro a nivel interno en la propia UMA y externo, con el entorno empresarial, instituciones y sociedad en general.

Universidad, empresas e instituciones



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



ESTRUCTURA EQUIPO DECANAL

El equipo decanal se compone de las siguientes áreas y responsables, cada una con funciones estratégicas diferenciadas que permiten gestionar la Facultad de Comercio y Gestión de forma integral:

- Vicedecanato de Ordenación Académica y Profesorado
- Vicedecanato de Estudiantes
- Vicedecanato de Cooperación Empresarial y Relaciones Externas
- Vicedecanato de Infraestructuras y Asuntos Económicos
- Vicedecanato de Investigación y Relaciones Internacionales
- Secretaría Académica
- Vicesecretaría Académica
- Coordinadores Grados, TFG y Prácticas
- Dirección Máster

2.1. Vicedecanato de Ordenación Académica y Profesorado

Competencias estratégicas:

- Planificación docente anual (horarios, exámenes, calendario).
- Revisión de programas, actividades formativas y sistemas de evaluación.
- Supervisión del profesorado y cumplimiento docente.
- Gestionar las pruebas de aptitud, o en su caso, pruebas de conjunto exigidas para la homologación de títulos extranjeros de educación superior.
- Gestión de reconocimientos de créditos, convalidaciones y pruebas extraordinarias.
- Dirigir y supervisar a los coordinadores de los Trabajos Fin de Grado.
- Coordinar y dirigir la Comisión de Ordenación Académica.

Proyectos a desarrollar:

- Trámites para la revisión de planes de estudio y estudio de dobles titulaciones.
- Reuniones con departamentos y profesorado para fortalecer la coordinación docente.
- Revisión del reglamento de la Comisión de Ordenación Académica

2.2. Vicedecanato de Alumnado

Competencias estratégicas:

- Organización y desarrollo del acto de bienvenida y acto de graduación.
- Gestión de actividades de orientación (Destino UMA, visitas, puertas abiertas).
- Comunicación con estudiantes: Sala de Estudiantes, web, redes sociales.
- Atención a reclamaciones y coordinación con representación estudiantil.
- Representación en la Comisión de Igualdad.
- Desarrollar el reglamento del Consejo de estudiantes.

Proyectos a desarrollar:

- Mejora de instrumentos de comunicación con los estudiantes. (pantallas, app, newsletter).
- Gestión de ayudas al GOU y reuniones de seguimiento con alumnos.

2.3. Vicedecanato de Cooperación Empresarial y Relaciones Externas

Competencias estratégicas:

- Coordinación y dirección de prácticas en empresa.
- Relaciones con el entorno empresarial e institucional.
- Organización de jornadas Valor 10, workshop de prácticas y actividades complementarias con empresas.
- Gestión y desarrollo de la orientación profesional e inserción profesional de los alumnos.
- Comunicación con medios y gabinete de prensa.
- Fomentar el desarrollo por el profesorado del centro y coordinar titulaciones propias.

Proyectos a desarrollar:

- Visitas a empresas y desarrollo de cátedras.
- Iniciar contactos con instituciones para el desarrollo de la colaboración.
- Revisión del reglamento de prácticas y del sistema de tutores.

2.4. Vicedecanato de Infraestructuras y Asuntos Económicos

Competencias estratégicas:

- Gestión del edificio, mantenimiento y recursos materiales.
- Autorizar uso de espacios y autorizar la asignación de despachos.
- Control de aulas informáticas, comedor, sala de estudio y despachos.
- Gestión económica: compras, presupuestos, facturas, cuentas anuales y control de gasto.
- Supervisión de imagen corporativa del centro.

Proyectos a desarrollar:

- Desarrollo de la app interna y sistema de pantallas informativas.
- Revisión de equipamiento y diseño de salón de grados y sala de juntas.
- Seguimiento del proyecto de Sendas Verdes.
- Revisión de materiales y desarrollo de la imagen corporativa de la facultad.
- Desarrollo de reunión con Vicerrectorado de Smart Campus.
- Poner en funcionamiento nuevos espacios y generar el material para su difusión a los implicados.
- Preparación del presupuesto 2021.
- Inicio de trámites para acto-homenaje al decano anterior.

2.5. Vicedecanato de Investigación y Relaciones Internacionales

Competencias estratégicas:

- Fomento de la investigación y formación del profesorado y la participación en los planes propios de la UMA.
- Gestión de ayudas a la investigación de la facultad.
- Potenciar y gestionar la participación de la facultad y/o su profesorado en los planes proyectos de Innovación Educativa de la UMA
- Desarrollar y mantener los acuerdos con las distintas Universidades con las que se tienen acuerdos de colaboración.
- Gestión de movilidad internacional y nacional y revisión de tutores de movilidad.
- Desarrollo y revisión de convenios con universidades extranjeras y nacionales.
- Coordinación del doble grado internacional.
- Atender a las misiones docentes y representar a la facultad en las comisiones de investigación y doctorado.

Proyectos a desarrollar:

- Reuniones con departamentos y profesorado.
- Reuniones para obtener información sobre requisitos y posibilidades para el desarrollo de un programa propio de doctorado.
- Contactos con instituciones y empresas para el desarrollo de proyectos de investigación y transferencia.
- Recoger información sobre requisitos y proceso de nombramientos Doctores Honoris Causa.

2.6. Secretaría Académica

Competencias estratégicas:

- Gestionar convocatorias y actas de juntas de centro.
- Expedición de certificaciones y acuerdos oficiales.
- Remisión de los acuerdos de junta de centro a directores de departamento y secretario general.
- Elaboración de la guía del Estudiante y Memoria del Centro.
- Gestión de página web.
- Relación y control de la Biblioteca del Centro.
- Organización de Semana Cultural y entrega anual de premios.
- Convocatorias anuales de Premios Mejor Expedientes y TFG/TFM

Proyectos a desarrollar:

- Reactivar la Memoria anual.
- Estudiar la posibilidad de implantar este curso el acto de entrega de premios.

2.7. Vicesecretaría Académica

Competencias estratégicas:

- Apoyo y suplencia del secretario académico.
- Elaborar la Memoria Anual de Calidad e indicadores de calidad.
- Encuestas de satisfacción, acciones de mejora y tasas académicas.
- Soporte a coordinadores de grado/máster.
- Gestión de prácticas curriculares de Marketing e Investigación de Mercados.
- Gestión del correo de sugerencias.

Proyectos a desarrollar:

- Revisión del sistema de tutorización de prácticas.
- Gestión del reglamento de la Comisión de Calidad y Ordenación Académica y la Comisión correspondiente.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



PROYECTOS DEL PLAN ESTRATÉGICO



Esta estructura del equipo decanal permite organizar el plan estratégico en torno a siete grandes ejes, los proyectos del Programa 2020-2024:

1. Formación y planes de estudio.
2. Infraestructuras y comunicación interna.
3. Alumnado y empleabilidad.
4. Profesorado e Investigación.
5. PAS y servicios internos.
6. Relación con el Rectorado.
7. Relación con empresas e instituciones.

1. Formación y Planes de Estudio

Se centra en fortalecer la oferta académica y la implicación del profesorado en el desarrollo docente.

- 1.1. Establecer contactos con otras facultades para posibles dobles titulaciones.
- 1.2. Desarrollo de reuniones con el profesorado y directores de departamento.
- 1.3. Revisión de planes de estudios.
- 1.4. Potenciar titulaciones propias.
- 1.5. Estudiar posibles modificaciones en los horarios de clases.

2. Infraestructuras

Este bloque recoge acciones orientadas a la mejora del edificio, sus instalaciones y los sistemas de comunicación interna.

- 2.1. Mejora del mantenimiento general del edificio
Incluye actuaciones para conservar y modernizar los espacios de uso común.
- 2.2. Remodelación de aulas y salas de reuniones, con actualización de equipamiento audiovisual
El objetivo es ofrecer entornos de aprendizaje más modernos, accesibles y adaptados a las nuevas metodologías docentes.
- 2.3. Revisión de la distribución de despachos
Se estudiarán nuevas adjudicaciones y mejoras en la gestión del espacio disponible.
- 2.4. Desarrollo de herramientas de comunicación interna.
- 2.5. Modernización de instalaciones y equipamiento general del centro

3. Alumnos

Este eje prioriza la empleabilidad, la participación estudiantil y el fortalecimiento del vínculo entre estudiantes, egresados y empresas.

3.1. Potenciar la empleabilidad del alumnado

Se trabajará en mejorar las relaciones con empresas para ampliar oportunidades laborales, prácticas y actividades formativas complementarias.

3.2. Mejora de la Semana Cultural

Revisar el formato de la semana cultural, dotando a este evento de mayor atractivo y visibilidad.

3.3. Organización anual del acto de entrega de premios

Organizar un evento que reconozca los mejores expedientes, los mejores TFG/TFM, la trayectoria de egresados y la colaboración de empresas.

3.4. Fomentar la participación del alumnado en la vida del centro

4. Profesorado e Investigación

Este bloque busca fortalecer la estructura investigadora en proyectos académicos y científicos.

4.1. Potenciar la creación de nuevas Cátedras.

Cátedras que estén vinculadas con la facultad, promoviendo la colaboración entre profesorado, empresas e instituciones.

4.2. Establecer vínculos con departamentos para su adscripción al centro

Especial interés en la posible creación de un Departamento de Marketing e Investigación de Mercados.

4.3. Fomentar la labor de investigación del profesorado

Incluye el impulso de grupos de investigación, el apoyo a los planes propios UMA y el desarrollo de un futuro programa de doctorado en marketing.

5. Personal de Administración y Servicios (PAS)

Orientado al fortalecimiento de la comunicación y la coordinación interna.

5.1. Establecer herramientas de comunicación

Fomentar la comunicación interna, dentro de cada servicio como en relación con el decanato y otras áreas.

5.2. Apoyo y defensa en su trabajo

5.3. Fomentar la participación e implicación del PAS en actividades y decisiones del centro.

6. Relaciones con el Rectorado

Busca reforzar la visibilidad institucional y el alineamiento estratégico con la UMA.

6.1. Reforzar la imagen de la Facultad dentro de la UMA

Mejorar la notoriedad, mediante participación en actividades.

6.2. Fomentar las relaciones y cooperación con servicios y vicerrectorados

6.3. Potenciar la participación en actividades institucionales

7. Empresas e Instituciones

Eje clave para posicionar la Facultad en el entorno socioeconómico.

7.1. Dar a conocer la Facultad en el ámbito económico-empresarial.

Incluye acciones de divulgación de sus titulaciones, networking y reuniones.

7.2. Participar activamente en eventos y actividades del entorno empresarial.

7.3. Mantener e implicar a empresas e instituciones en nuevos proyectos

7.4. Fomentar la colaboración mediante la oferta de servicios, con la participación de alumnos en proyectos reales con empresas.

2020/2024



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

I PLAN ESTRATÉGICO

FACULTAD MARKETING Y GESTIÓN
