

2020/2024



# 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 Expediente 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



# I PLAN ESTRATÉGICO

FACULTAD MARKETING Y GESTIÓN