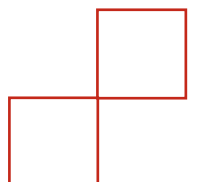


Escuela de Arquitectura, Ingeniería y Diseño

Plan Estratégico 2019 - 2024



Estado Actual y Escenario deseado

La estrategia de la Universidad Europea de Madrid es definida por el Presidente de la Universidad Europea y el Comité Ejecutivo y se concreta en el documento Long Range Plan (LRP). El vigente es el LRP 2019-2024 que fija, entre otros, los objetivos de crecimiento de la Universidad Europea de Madrid para los próximos cinco años. Para contribuir a los objetivos institucionales marcados en el LRP vigente, en noviembre de 2018, la Escuela de Arquitectura, Ingeniería y Diseño inició, tras la oportuna aprobación, la elaboración de su Plan Estratégico 2019-2024. El Plan ha sido elaborado por la Junta de Escuela y aprobado por el Comité Ejecutivo. La reflexión realizada sobre la situación actual y los objetivos institucionales ha permitido establecer una hoja de ruta que asegure la alineación de esfuerzos en la Escuela para impulsar su crecimiento y reconocimiento, esenciales para contribuir a la consecución de los objetivos institucionales.

La Universidad Europea tiene una Visión, Misión y Valores que reflejan su propósito o razón de ser, lo que espera lograr, y los principios con los que lleva a cabo sus actividades para alcanzar sus objetivos. La Universidad Europea está comprometida con combinar la excelencia académica con la excelencia en la gestión, de forma que se facilite a los estudiantes la mejor formación y experiencia académica posible, desarrollando las actividades con los más altos estándares de calidad, al tiempo que se alcancen los necesarios objetivos de rentabilidad.

Visión	La Universidad Europea considera la excelencia académica como uno de sus pilares estratégicos. Así, nuestro modelo educativo ha hecho suyos los principios del Espacio Europeo de Educación Superior basado en el aprendizaje holístico de la persona. En este modelo, el profesor es un referente y también un orientador que acompaña al estudiante durante toda su vida universitaria. El estudiante, por su parte, traza su propio recorrido formativo desarrollando los conocimientos, competencias, destrezas y valores que demanda la sociedad actual. Nuestro modelo pone especial énfasis en la madurez y autonomía del estudiante, de forma que éste aprenda a adaptarse a un mundo cada vez más complejo y en perpetuo cambio.
Misión	Proporcionar a nuestros estudiantes una educación integral, formando líderes y profesionales preparados para dar respuesta a las necesidades de un mundo global, para aportar valor en sus profesiones y contribuir al progreso social desde un espíritu emprendedor y de compromiso ético. Generar y transferir conocimiento a través de la investigación aplicada, contribuyendo igualmente al progreso y situándonos en la vanguardia del desarrollo intelectual y técnico.

Valores	Colaborativos, Internacionales, Analíticos, Confiables, Audaces, Responsables
---------	---

La Visión, Misión y Valores se materializan principalmente en la metodología académica aplicada en la Escuela, caracterizada por sus tres elementos: aprendizaje basado en proyectos, evaluación continua y estímulo a la autoevaluación de los alumnos. Todo ello, potenciando la estrecha conexión con la industria y la investigación aplicada.

Las directrices recibidas del Presidente y de la Rectora se resumen en cinco aspectos clave:

- crecimiento (en todas las dimensiones)
- reconocimiento
- transformación sistemática
- internacionalización
- potenciar la enseñanza-aprendizaje *on-line*, como complemento a la presencial

Es necesario crecer en todas las dimensiones. Es importante el crecimiento en número de alumnos, en satisfacción de los estudiantes, en prestigio académico, en reconocimiento por parte de la sociedad en general y, en especial, de los sectores profesionales. Además, hay que crecer en rentabilidad para lo cual es necesario ser más eficaces y eficientes en la gestión. La Escuela debe ser dinámica y transformarse continuamente para adaptarse a los cambios tecnológicos, sociales y culturales. Esa transformación debe producirse tanto a nivel de composición, capacitación y competencias del claustro, como a nivel organizacional y físico: estructura, procedimientos e instalaciones. Por la naturaleza y filosofía de la Escuela, se busca una mayor internacionalización, consolidando un sistema educativo que aumente el atractivo para el alumno internacional y que intensifique la cooperación con otras universidades e instituciones de primer nivel mundial. Finalmente, el auge de las tecnologías digitales hace que la modalidad *on-line* sea cada vez más atractiva, ya que permite llegar a un número potencial de alumnos muchísimo mayor, por lo que esta modalidad merecerá atención muy especial, siempre conservando el espíritu eminentemente práctico de nuestra enseñanza.

Estas directrices deben contextualizarse en el entorno actual, que se caracteriza en España por una pirámide demográfica cada vez más estrecha en el segmento de edades de 18 a 25 años, siendo actualmente el segmento más ancho el de 40 a 50 años. Ello indica un mercado cada vez más competido, con oferta creciente en número de universidades y demanda menguante, lo que lleva a una poderosa necesidad de diferenciarse positivamente. Debe prestarse especial atención a los mercados emergentes, aunque ello requerirá impartir docencia en otras lenguas,

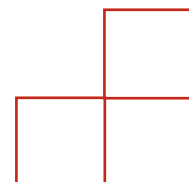
fundamentalmente en inglés. La economía española refleja una tendencia alcista en los últimos años, aunque aún no se han recuperado plenamente los niveles pre-crisis; a nivel internacional existe incertidumbre, ante el temor a una nueva recesión. Las tecnologías maduran cada vez más rápido y son más disruptivas, lo que lleva a una redefinición continua tanto de actividades profesionales como educativas. A nivel metodológico, el *learning by doing* se consolida, en sus diferentes versiones, como la estrategia más eficaz y utilizada. Cobran especial importancia la enseñanza on-line, cada vez más posibilitada por las nuevas tecnologías, y el denominado *long life learning*.

En un mundo cada vez más competitivo y en el que tanto las necesidades de la sociedad como la tecnología avanzan de manera cada vez más rápida, la Escuela de Arquitectura, Ingeniería y Diseño debe:

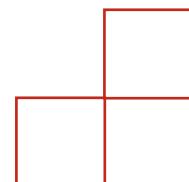
- ser un referente académico a nivel internacional por la formación basada en proyectos, alineadas con las necesidades de la sociedad y apoyada en la investigación aplicada, alcanzando un alto nivel de satisfacción de los estudiantes.
- consolidar el aprendizaje fuera del aula como auténtica extensión de las enseñanzas regladas, acelerando el desarrollo, la madurez profesional de los estudiantes y su empleabilidad.
- contar con un claustro de Escuela que incluya profesionales de prestigio en todos los ámbitos de su oferta académica, con alto nivel de inglés, con el porcentaje adecuado de profesores doctores acreditados, y con una actividad investigadora reconocida.
- alcanzar lo anterior junto con unos resultados financieros a la altura de las expectativas de los accionistas, a través de la excelencia en la gestión.

Para realizar el análisis del estado actual y la situación deseada, se han identificado los siguientes indicadores sobre los que se vertebra el plan estratégico:

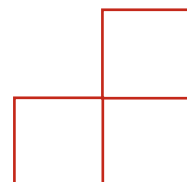
Indicador	Estado actual	Situación deseable	Acciones necesarias
Número de estudiantes que se quieren matricular	Prácticamente aceptamos la matriculación de todos los estudiantes que quieren estudiar en la Escuela y que cumplen los	Hay mucha más demanda de solicitudes que de plazas en los títulos oficiales, lo que permite procesar en conjunto las solicitudes y	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar comunicación con estudiantes de Grado aportando valor, para mejorar tasa de 'Avanza' (invitar a charlas de Postgrado, <i>Hall of Fame</i>, ...).



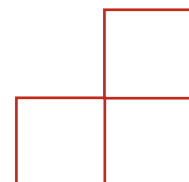
	requisitos legales de acceso.	filtrar a los mejores candidatos, rechazando al resto.	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer acciones específicas relacionadas con GIBIO y GingMat. • Establecer acciones específicas para Postgrado. • Informar a cuasi-egresados de Grado de posibles salidas profesionales. • Sesiones informativas sobre másteres habilitantes.
Satisfacción de los estudiantes matriculados	En general es alta con los profesores, y bastante menos con los servicios de la universidad (atención al estudiante; finanzas; TIC; etc.), que es en lo que se concentran las quejas a DU.	Mayor satisfacción de los estudiantes, especialmente en los servicios de la universidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor reconocimiento méritos y logros de estudiantes. • Mayor visibilidad a los buenos proyectos de los estudiantes. • Dar más visibilidad a todos los proyectos que se presentan a los Premios (web Escuela, redes sociales, Hall of Fame, ...). • Visibilizar los logros de profesores a los estudiantes (Hall of Fame, Memoria Anual electrónica, ...). • Reuniones con los grupos de interés en los que se concentren las quejas de estudiantes, para identificar colaboraciones que ayuden a resolver o mejorar esas situaciones.
Empleabilidad de los egresados	La tasa de empleabilidad en 12 meses es alta, aunque no tenemos muchos detalles de la calidad de los empleos.	Las principales empresas de todos los sectores son más activas en la identificación de estudiantes de talento para contratarles en	<ul style="list-style-type: none"> • Ranking de estudiantes TOP publicada por la Escuela. • Dar más recomendaciones en LinkedIn a los estudiantes TOP. • Anexo II de la Memoria Anual más amplio. • Anexo IV – méritos de alumni.



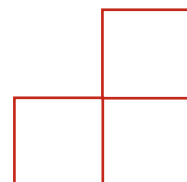
		cuanto se gradúen.	<ul style="list-style-type: none"> • Encuentros de alumni TOP con estudiantes (Business Bridges o acción designada por los estudiantes). • Alumni Advisory Board (AAB). • Contacto con Carreras Profesionales; ¿cómo podemos ayudar?
Satisfacción de los egresados	Sabemos poco	Queremos saber más	<ul style="list-style-type: none"> • Alumni Advisory Board (AAB). • Plan de reuniones y actividades para dar más valor añadido al alumni. • Lista de distribución para envío de Memoria y otros documentos relevantes • Invitar a alumni a master classes y eventos similares. • Carta JdE de felicitación y recordatorio de continuidad de relación ('commencement'). A • Envío trimestral de información relevante (Boletín UE STEAM School) de cosas que van a pasar en la Escuela, y subirlo al grupo LinkedIn AlumniUE
Relación con el mundo profesional	Hay contactos frecuentes con muchas empresas y organismos, aunque de manera algo asimétrica en las diferentes titulaciones. Las empresas y organismos tienen cierta involucración en	Más contactos, más simétricos por sectores, y mayor financiación de proyectos de investigación y patrocinio intelectual de proyectos de estudiantes.	<ul style="list-style-type: none"> • Destinar refuerzo pedido para Of. PBS a tener unas pocas empresas con las que tengamos una relación mucho más 'premium'. • Registro en directorio compartido de visitas y reuniones con empresas y organismos. • Establecer KPIs para valorar evolución de relación con empresas y organismos. • Envío trimestral de información relevante



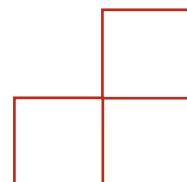
	<p>actividades de la Escuela, pero hay escasa financiación de proyectos de investigación y poco patrocinio intelectual de proyectos de estudiantes.</p>		<p>(Boletín UE STEAM School) de cosas que van a pasar en la Escuela, y subirlo al grupo LinkedIn AlumniUE</p>
<p>Capacidad para atraer y mantener buenos profesores</p>	<p>Cuesta trabajo contratar a los profesores que resultan necesarios para cubrir crecimiento y bajas.</p>	<p>El prestigio de la Escuela (y de la UEM) hace que muchos profesores de otras universidades contacten regularmente para optar a cubrir puestos en la Escuela.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Invitar a cada Claustro a un Grupo de Investigación. • Vídeos de grupos de investigación. • Mejorar presencia en web institucional de los profesores y su actividad.
<p>Capacidad para generar investigación</p>	<p>La investigación en la Escuela está muy desequilibrada (dos IP concentran en sus grupos gran parte de la actividad investigadora). Hay pocos profesores activos en investigación por falta de tiempo y recursos. La producción científica de la Escuela no es la</p>	<p>Existe un plan, con incentivos y también nivel de exigencia de resultados, para que haya más grupos de investigación, con más profesores activos, y mucha mayor cantidad de producción científica, propia de una escuela de referencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las áreas prioritarias y encontrar una buena referencia que se venga con nosotros. • Buscar acuerdos con otras universidades, incluyendo investigadores externos en grupos y/o proyectos internos. • Fomentar profesores TOP visitantes.



	de una escuela de referencia.		
Nivel de madurez de aplicación de la metodología de aprendizaje basado en proyectos	A pesar de que hay muchos motivos para pensar que somos una de las escuelas STEAM europeas con mejor nivel de aplicación de la metodología de aprendizaje basado en proyectos, no se dispone de una línea de referencia, o valoración completa, objetiva e independiente del nivel de madurez. Esa línea de referencia serviría para establecer con mayor precisión las necesarias acciones de mejora. El objetivo es ser reconocidos como la mejor escuela STEAM de Europa por el nivel de aplicación de la metodología.	Se dispone de una línea de referencia, o valoración completa, objetiva e independiente del nivel de madurez. Esa línea de referencia permite establecer mejor las necesarias acciones de mejora para ser reconocidos como la mejor escuela STEAM de Europa por el nivel de aplicación de la metodología.	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar 'auditoría' externa. • Sistematizar e incluir criterios de identificación de proyectos • Abrir/continuar con la línea de investigación en PBL.
Nivel de madurez del	El SGIC no está certificado aún, lo	El SGIC está certificado y la	<ul style="list-style-type: none"> • Formación específica para miembros de la Escuela.

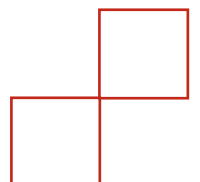


sistema interno de garantía de calidad	que no permite solicitar la acreditación institucional de la Escuela.	Escuela tiene la Acreditación Institucional.	
Sostenibilidad y rentabilidad financiera	El Margen de Contribución de la Escuela ha aumentado significativamente en los últimos 4 años, pero sigue lejos del valor deseado (60%). El Margen de Contribución es asimétrico por titulaciones, siendo bajo para algunos Grados y bastantes Postgrados (principalmente, innovaciones).	El Margen de Contribución de la Escuela supera el 60%, con menor desviación entre titulaciones, incluso entre innovaciones de Postgrado.	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar una vez al año el MC tanto de la Escuela como de cada titulación.

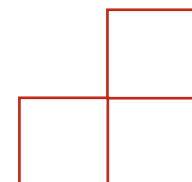


Objetivos estratégicos

Objetivo	Descripción	Responsable	Fecha	Indicador
OE1	El incremento del NE respecto al año anterior.	Director de Escuela	Anual	NE reportado por UE Analytics
OE2	El margen de contribución (MC) de la Escuela	Director de Escuela	Anual	MC reportado por Finanzas
OE3	Posicionamiento de la Escuela como una escuela STEAM de referencia en Europa, en particular por lo relacionado con la metodología Project-Based Learning (PBL)	Director de Escuela	Anual	La evaluación será cualitativa y la realizará la Rectora
OE-4a	Mejorar la satisfacción de estudiantes con la experiencia universitaria recibida (profesorado). Incremento anual de cada departamento.	Directores de Departamento	Anual	Encuestas realizadas por Calidad. Item8*0,4+item 9*0,6
OE-4b	Mejorar la satisfacción de estudiantes con la experiencia universitaria recibida (clubes, relaciones personales/profesionales, prácticas en empresas, carrera profesional). Valor NPS de las titulaciones de la Escuela	Subdirectoras de Grado y Posgrado	Anual	Indicar NPS realizado en abril-mayo
OE-5	Mejorar la empleabilidad de nuestros egresados, de forma que el NPS de alumni de la Escuela medido a los 36 meses de su graduación sea cada vez mejor	Subdirectoras de Grado y Posgrado	Anual	Item 1. Encuesta empleabilidad de calidad.
OE-6a	Incrementar el número de programas en modalidad semipresencial/online de la Escuela.	Subdirectoras de Grado y Posgrado	Anual	Notificación Madri+d
OE-6b	Incrementar el número de estudiantes de la Escuela en	Subdirectoras	Anual	NE programas online



	el porfolio semipresencial/online, de acuerdo con la estrategia general de la Universidad			
OE7	Organizar/patrocinar/albergar al menos un evento internacional/nacional de reconocido prestigio	Director de Escuela	Anual	Número de eventos reconocidos por la Rectora y la Directora de Comunicación
OE8	Nivel académico del Claustro, basado en el porcentaje de profesores del claustro (FTE menos reducciones), en cada departamento, que sean doctores y doctores acreditados.	Directores de Departamento	2020/ 2022	% doctores % doctores acreditados.
OE9	Nivel de inglés del Claustro: El porcentaje de profesores del claustro (FTE menos reducciones), en cada departamento, que tengan nivel de inglés C1 o superior	Directores de Departamento	Anual	% de FTE con nivel C1
OE10a	Acreditar o re-acreditar, por agencias externas nacionales o internacionales, la calidad de al menos dos titulaciones al año	Subdirectoras	2020/ 2022	Titulaciones acreditadas
OE10b	Conseguir la acreditación Institucional de la Fundación Madri+d	Director de Escuela	2021	Escuela Acreditada
OE11	Lograr al menos cinco acuerdos de colaboración de cierta relevancia con una empresa u organismo.	Subdirectoras	2020/ 2022	Número de cátedras
OE12	Incrementar el número de nuevos sexenios de investigación	Directores de Departamento	2020/ 2022	Número de sexenios
OE13	Racionalización del porfolio ofrecido por la Escuela y alcanzar un determinado	Director de Escuela	Anual	Ratio profesor alumno por programa



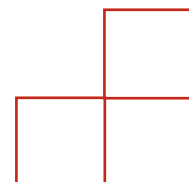
	tamaño medio de grupo en las titulaciones de la Escuela			
OE14	Aumento de la internacionalización de la Escuela incrementando en número y calidad los convenios internacionales y la movilidad de los estudiantes	Subdirectora de Grado	Anual	Nº de convenios

Acciones derivadas de los objetivos

Objetivo estratégico	Descripción
OE-1	El incremento del NE respecto al año anterior
Acciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar el número de plazas en programas de categoría A • Lanzar innovaciones según lo previsto en el “mapa de innovación” • Colaboración académica con Admisiones y Marketing • Seguimiento semanal de la campaña por parte de la Junta de Escuela • Potenciar la visibilidad de nuestra Escuela en RR.SS. fomentando su uso entre todos. • Definición y puesta en marcha junto con el departamento de admisiones de actividades del Plan de Colegios 	

Objetivo estratégico	Descripción
OE-2	El margen de contribución (MC) de la Escuela
Acciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Organización eficiente del claustro manteniendo una productividad del mismo por encima del 95% • Organización eficiente de los grupos de estudiantes manteniendo una ocupación media de 20 estudiantes por grupo (excluyendo TFG/TFM y prácticas en empresa). • Potenciar el paso de estudiantes en títulos en extinción a nuevos planes 	

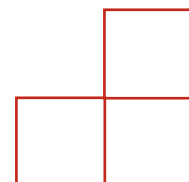
Objetivo estratégico	Descripción
OE-3	Posicionamiento de la Escuela como un referente en Europa en la metodología PBL (Project Based Learning)
Acciones	



- Celebración anual en la Escuela del Project-Based Learning European Workshop, con presencia de universidades españolas y extranjeras.
- Participación con comunicación anual en un congreso de metodología PBL o equivalente
- Al menos tres publicaciones anuales, en revistas indexadas, de artículos relacionados con la implantación del modelo.
- Organización o participación anual en otras actividades en las que terceras partes de reconocido prestigio reconozcan la capacidad de la Escuela en PBL.

Objetivo estratégico	Descripción
OE-4a	Mejorar la satisfacción de estudiantes con la experiencia universitaria recibida (profesorado)
Acciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Potenciar la participación de los estudiantes en las encuestas de satisfacción con el profesorado, reservando espacio en las asignaturas para que los estudiantes completen la encuesta de forma online. • Institucionalizar la publicación de los planes de mejora en los títulos donde se vea reflejado acciones de mejora relacionadas con los niveles de satisfacción declarados en la encuesta. • Reforzar el plan de formación institucional con actividades formativas de actualización y refuerzo de conocimientos técnicos • Reforzar el plan de formación institucional con actividades formativas de actualización y refuerzo de competencias docentes. Ejemplo: comunidad de prácticas, mentoría entre iguales y asesoría de expertos en metodologías. 	

Objetivo estratégico	Descripción
OE-4b	Mejorar la satisfacción de estudiantes con la experiencia universitaria recibida (clubes, relaciones personales/profesionales, prácticas en empresas, carrera profesional)
Acciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la participación de los estudiantes en las encuestas de NPS anual reservando espacio en una asignatura de cada curso de cada titulación. • Establecer acciones específicas para cada fase del “Customer Journey” • Incluir en los planes de mejora de los títulos las acciones derivadas del análisis cualitativo y cuantitativo de los resultados de NPS • Potenciar la realización de proyectos que vinculen las actividades de los clubes con los proyectos de asignaturas regladas. • Potenciar la figura del coordinador de titulación como elemento clave para la coordinación entre asignaturas, proyectos y profesores de un mismo título. 	

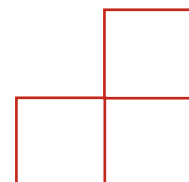


- Diseño y realización de campaña informativa sobre el significado del NPS entre los estudiantes
- (J2021) Realizar actividades específicas que refuercen la satisfacción de los estudiantes con la Escuela y su experiencia universitaria.

Objetivo estratégico	Descripción
OE-5	Mejorar la empleabilidad de nuestros egresados, mejorando el NPS de alumni de la Escuela medido a los 36 meses de su graduación.
Acciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar a través de redes sociales relacionadas con la profesión (ejemplo, linkedin) la descripción de competencias de los egresados por parte de los profesores. • Mantener contacto con egresados a través de acciones de networking, facilitando sus colaboraciones en actividades de la Escuela (clubes, charlas, talleres, etc) 	

Objetivo estratégico	Descripción
OE-6a	Incrementar el número de programas en modalidad semipresencial/online de la Escuela
Acciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un análisis de la situación a nivel nacional e internacional. Listado de alternativas y planes de acción. • Diseñar un modelo semipresencial: actividades, recursos, instalaciones, claustro • Conseguir el apoyo de interlocutores relevantes: colegios profesionales, asociaciones, academias, etc. • Elaborar las modificaciones de las memorias o nuevas memorias y presentar en fecha. 	

Objetivo estratégico	Descripción
OE-6b	Incrementar el número de estudiantes de la Escuela en el porfolio semipresencial/online, de acuerdo con la estrategia general de la Universidad
Acciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un análisis de situación. Número de estudiantes por título y subdirección que estudian en online. • Incrementar el número de memorias verificadas con modalidad semipresencial/online. • Establecer reuniones periódicas de colaboración con los departamentos de marketing y ventas online para establecer posibles acciones para potenciar la campaña. 	

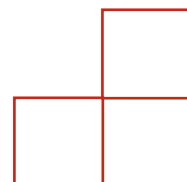


Objetivo estratégico	Descripción
OE-7	Organizar/patrocinar/albergar al menos un evento internacional/nacional de reconocido prestigio.
Acciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Organizar un concurso internacional anual de Robótica. • Organizar o albergar un congreso nacional o internacional anual, jornada o workshop con visibilidad externa. • Organización y participación anualmente al menos en un grupo de trabajo por subdirección de la mano de la industria/empresa con visibilidad externa. 	

Objetivo estratégico	Descripción
OE-8	Nivel académico del Claustro: Incrementar el porcentaje de profesores del claustro (FTE menos reducciones), en cada departamento, que sean doctores y doctores acreditados
Acciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer política de contratación que priorice el nivel académico. • Establecer un objetivo individual a profesores alineados con el objetivo estratégico • Priorizar la ampliación de plazas para programas de doctorado y la consecución de nuevos programas • (J2021) Realizar acciones orientadas a reducir la pérdida de talento (salvo jubilaciones). 	

Objetivo estratégico	Descripción
OE-9	Incrementar el porcentaje de profesores del claustro (FTE menos reducciones), en cada departamento, que tengan nivel de inglés C1 o superior será
Acciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer política de contratación que priorice el nivel de inglés. • Establecer un objetivo individual a profesores alineados con el objetivo estratégico • Diseñar junto al Language Center un plan de formación de inglés adaptado a las necesidades de la Escuela. 	

Objetivo estratégico	Descripción
OE-10a	Acreditar, por agencias externas nacionales o internacionales, la calidad de al menos dos titulaciones al año por Escuela
Acciones	

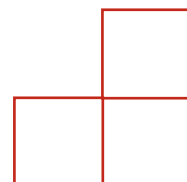


- Modificar los planes de estudio para adecuarlos a la acreditación internacional
- Superar la acreditación del título por la Fundación Madri+d
- Obtener al menos un programa con una acreditación internacional: EUR-ACE, RIBA, ABET, INFO-ACE

Objetivo estratégico	Descripción
OE-10b	Conseguir la certificación SISCAL de la Fundación Madri+d
Acciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar la implantación del SGIC • Mejorar la recogida de evidencias • Mejora de la comunicación interna del sistema de calidad • Solicitud en tiempo y forma • Obtención SISCAL y Acreditación Institucional antes de 2024 	

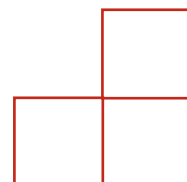
Objetivo estratégico	Descripción
OE-11	Cátedras asociadas a la Escuela: una al año
Acciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar empresas e instituciones interesadas en la formación de una cátedra • Oferta de colaboración en proyectos en desarrollo en la Escuela o desarrollo de proyectos de interés para la empresa o institución • Firma de una cátedra por subdirección 	

Objetivo estratégico	Descripción
OE-12	Incrementar el número de nuevos sexenios de investigación
Acciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer política de contratación que priorice el número de sexenios • Dar de alta a estos profesores en un grupo de trabajo liderado por la directora del centro de excelencia con el objetivo de cumplimentar la información necesaria en la plataforma. • Reconocer como acción formativa la preparación de la documentación para sexenios. • Difundir y potenciar la política institucional de incentivos de publicaciones de artículos de alto impacto. • Incentivar económicamente la consecución de un sexenio con dinero de la escuela / Reconocimiento extraordinario en la valoración del desempeño con impacto en la revisión salarial. 	



Objetivo estratégico	Descripción
OE-13	Racionalización de portfolio ofrecido por la Escuela
Acciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la situación actual: número de líneas de producto activas en cada subdirección, número de estudiantes por línea de producto y número de profesores equivalentes a tiempo completo asociados a la titulación. • Identificar las líneas de producto activas que tengan un ratio inferior a 1:15, analizar la situación de cada una de ellas, y proponer la decisión de apertura o de cierre (extinción). • Para aquellas líneas de producto activas que estén por debajo del ratio 1:15 y que se decida mantener abiertas, establecer planes de acción específicos que permitan mejorar su situación. 	

Objetivo estratégico	Descripción
OE-14	Aumento de la internacionalización de la Escuela incrementando en número y calidad los convenios internacionales y la movilidad de los estudiantes.
Acciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Analizar el número de estudiantes actuales internacionales en los distintos títulos, su procedencia, y trabajar con la Dirección de Marketing y Ventas Internacional sobre posibles sinergias para atraer más alumnos. • Incrementar los convenios de movilidad con Universidades de relevancia en todas las subdirecciones. • Renovar y consolidar alianzas estratégicas con universidades internacionales para posibilitar la movilidad de los alumnos. • Incrementar el portfolio ofrecido en inglés. 	



Recursos necesarios

Para lograr los objetivos marcados de crecimiento en *new enrollment* y en rentabilidad (margen de contribución) se considera necesario mejorar las instalaciones de la Escuela. Hay que reforzar los medios que permiten tanto la docencia con la metodología *project-based learning*, como las actividades extra-curriculares en las que los alumnos terminan de afianzar su aprendizaje. La siguiente tabla indica las actuaciones consideradas necesarias, y las titulaciones que más se verían beneficiadas (cuando se dice 'Escuela' es que aplica a todas las titulaciones).

Actuación	Titulaciones más beneficiadas
Proyecto sótano - Reforma Integral	Escuela
Proyecto sótano – equipamiento & Laboratorio de Física (para el Grado)	Escuela
Industria 4.0 (adecuación espacio, mobiliario y licencias)	GISI, GIST, GII, MUII, MUIT
Industria 4.0 (equipamiento - renting)	Escuela
Robot Learning Lab	Escuela
Oficina PBS (mobiliario) & Aula de Cátedras	Escuela
Aula BIM	GA, GIC, MUII
Ampliación FabLab (en dos fases)	Escuela
Sala Croma y cabinas de tutorías on-line	Escuela
Espacio conectado	GIST, GIBIO, GII, GIA
Espacio Diseño (C-206) (mobiliario)	GA, GD
Suelo zona materiales avanzados	GF, MUMA
TechFactory (Renovación licencias 2022 & islas adicionales)	GV, Gan, GII

