

DISEÑO DE LA OFERTA FORMATIVA	Código: PE03.01
	Fecha aprobación: Abril'26
INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA DE PORTFOLIO DE TITULACIONES UNIVERSITARIAS OFICIALES Y TÍTULOS PROPIOS	
Versión: 5.0 WEB	

RESULTADOS ESPERADOS Y ENFOQUE DEL PROCESO

DATOS DE IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

MACROPROCESO (Según mapa de procesos de la organización)	DISEÑO DE LA OFERTA FORMATIVA		
PROCESO	PE03.01 PROCESO DE INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA DE PORTFOLIO DE TITULACIONES UNIVERSITARIAS OFICIALES y TÍTULOS PROPIOS	ALCANCE	Titulaciones Oficiales y títulos propios.
SUBPROCESOS	PE03.01.01 Identificación de nuevas titulaciones. PE03.01.02 Modificación de Titulaciones Universitarias Oficiales. PE03.01.03 Lanzamiento y comercialización de las titulaciones.		
RESPONSABLE (Incluir Departamento responsable)	Área de Marketing y Comunicación y Vicerrectorado de Estudios y Calidad		

OBJETIVO GENERAL DEL PROCESO	Identificar la sistemática para la elaboración del plan de innovación y modificación del portfolio de títulos, tanto oficiales como formación permanente
-------------------------------------	--

OBJETIVOS OPERATIVOS DEL PROCESO O RESULTADOS ESPERADOS			ALINEACIÓN CON ODS	ALINEACIÓN CON EL PLAN ESTRATÉGICO	
Nº	Descripción del Objetivo/resultado esperado del proceso	Nº	Objetivo Desarrollo Sostenible	Nº	Objetivo relacionado del Plan Estratégico
1	Poseer una oferta académica de titulaciones universitarias oficiales alineada con el plan estratégico (iniciativas) de la Universidad				
2	Poseer titulaciones universitarias oficiales alineadas a las demandas del mercado				
3	Disponer de titulaciones universitarias oficiales según reglamentación vigente y aprobadas por los correspondientes organismos oficiales				
4	Implantar la oferta de titulaciones oficiales universitarias previstas en innovación en el plazo de dos años				

GRUPOS DE INTERÉS DEL PROCESO

DISEÑO DE LA OFERTA FORMATIVA	Código: PE03.01
	Fecha aprobación: Abril'26
	Versión: 5.0 WEB

INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA DE PORTFOLIO DE TITULACIONES UNIVERSITARIAS OFICIALES Y TÍTULOS PROPIOS

GRUPOS DE INTERÉS (Afectados)	EXPECTATIVAS Y NECESIDADES (Por qué es importante para el grupo de interés/Cómo se ve beneficiado)	SISTEMA /INDICADORES DE SEGUIMIENTO (Qué sistema/indicadores de control se van a utilizar para asegurar su cumplimiento. Ejemplo: Encuestas de satisfacción / N° de publicaciones)
Consejo de Dirección	Conocer y validar las titulaciones universitarias oficiales (nuevas y/o modificaciones) que estén enfocadas al plan estratégico, las inversiones realizadas y el retorno.	Presentación en Comité y Seguimientos trimestrales
Jefes de Estudios	Necesitan elaborar nuevas memorias y crear una propuesta de valor diferencial que eleve el reconocimiento de su facultad	Memorias elaboradas y aprobadas
Ventas	Conocer las nuevas titulaciones universitarias oficiales para estimar el número de ventas y objetivos mensuales	Drive de innovación y documentación de producto + web
Finanzas	Conocer el impacto económico de las propuestas para provisionar inversión y la ejecución de las obras	Fichas de viabilidad financiera del proceso (incorporados timings en dicha ficha)
Estudiantes	Disponer de la información de la titulación para poder iniciar su proceso de admisión y tomar una decisión	Publicación web / nº de leads / funnel de ventas (Power BI)

RECURSOS Y REQUISITOS NECESARIOS

RECURSOS NECESARIOS		REQUISITOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DEL PROCESO			
Recursos Materiales (Qué elementos materiales son necesarios para la realización del proceso)	Equipo Humano (Qué personas son necesarias para la realización del proceso)	Proveedores (Qué departamento entrega)	Elementos de Entrada (Qué entrega)	Elementos de Salida (Cuál es la finalización del proceso)	Destinatarios (Quién lo recibe)
Equipos de ofimática. Aplicación de títulos propios (UAX).	Área de Marketing y Comunicación. Vicerrectorado de Estudios y Calidad. Finanzas. Product Manager.	Marketing	Presentación de Mercado	Ppt	Facultades
		Marketing y Vicerrectorado de Estudios y Calidad	Presentación de innovación	Ppt	Dirección
		Finanzas	Viabilidad financiera	Ppt/excel	Dirección, MK y VR
		Marketing + Agencia	Análisis y demanda de titulaciones	Ppt/excel	Dirección
		VR Calidad	Listado de títulos	Excel en drive	Dirección
		Finanzas	Documentación para el regulador	Ficha template	Vicerrectorado de Estudios y Calidad
		Jefes de Estudios	Información del programa (Documento base)	Comunicación de la titulación	Ventas y Estudiantes

DISEÑO DE LA OFERTA FORMATIVA	Código: PE03.01
	Fecha aprobación: Abril'26
INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA DE PORTFOLIO DE TITULACIONES UNIVERSITARIAS OFICIALES Y TÍTULOS PROPIOS	
Versión: 5.0 WEB	

REQUISITOS NORMATIVOS			
SISCAL		ISO 9001:2015	
Criterio	2. Gestión de la oferta formativa.	Cláusula	8. Operación.
Directriz	2.1. El centro define su oferta formativa en el marco de la estrategia de la institución y cumpliendo con los requisitos establecidos en la legislación vigente. En el caso del SIGC en cuyo alcance se incluyan las enseñanzas propias, los órganos de gobierno de la universidad regularán mediante una normativa específica como mínimo las condiciones de impartición, las plazas disponibles, el plan de estudios, la participación de profesorado propio de la universidad y del externo, y los precios de dichos títulos que, en las universidades públicas, serán aprobados por el Consejo Social. En el caso de centros que imparten programas de doctorado se debe establecer la reglamentación requerida por la normativa vigente sobre los estudios de doctorado: duración, prórrogas, defensa de tesis, supervisión, directores y tutores de tesis, perfiles de estudiantes de doctorado, etc. 2.2. Se deben establecer los procedimientos necesarios para diseñar, aprobar, revisar, modificar y extinguir las titulaciones que se imparten. En el caso del SIGC en cuyo alcance se incluyan las enseñanzas propias se deben implementar procedimientos para la emisión de los informes del Sistema Interno de Garantía de Calidad para los Másteres de Formación Permanente. 2.3. Los procedimientos de gestión de la oferta formativa deben considerar, al menos, los siguientes elementos: - Incorporación de expectativas y necesidades de los grupos de interés internos y externos en el diseño y modificación de los programas formativos. - Establecimiento de los órganos relacionados con el diseño, aprobación, revisión, modificación y extinción de los programas formativos. - Identificación del tipo de información que se debe analizar en los procesos de diseño, aprobación, revisión, modificación y extinción de los programas formativos. - El seguimiento de los compromisos establecidos en la memoria de verificación de los títulos oficiales impartidos.	Subcláusula	8.3. Diseño y desarrollo de los productos y servicios.

DISEÑO DE LA OFERTA FORMATIVA	Código: PE03.01
	Fecha aprobación: Abril'26
INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA DE PORTFOLIO DE TITULACIONES UNIVERSITARIAS OFICIALES Y TÍTULOS PROPIOS	
Versión: 5.0 WEB	

N/A	Titulaciones registradas en Salesforce.
N/A	Campaña activa en medios.
N/A	Documento de búsquedas de mercado.
N/A	Contenidos para marketing

OTRA INFORMACIÓN DE INTERÉS:

VALIDACIÓN DEL PROCESO

ELABORA	REVISa	APRUEBA
ÁREA DE MARKETING	VICERRECTORADO DE CALIDAD	COMITÉ EJECUTIVO

HISTORIAL DE MODIFICACIONES

REVISIÓN	FECHA	CAMBIOs
01	10/02/23	Edición inicial del documento.
02	Febrero'24	Inclusión criterios y requisitos SISCAL. Revisión de los indicadores
03	Enero'25	Actualización legislación aplicable
04	Junio'25	Se ajustan los títulos de los subprocesos con los de los nuevos diagramas que hicimos. Se pasan los registros que había en el apartado de recursos materiales a la tabla de registros. Se ajusta el equipo humano. Se ajusta la tabla de indicadores para que coincida con la revisión de indicadores que se ha hecho en "KPIS_FICHAS PROCESOS_SHAREPOINT_240606 DEF_3". Se añaden los indicadores 529 y 530. Se añaden los registros/documentos correspondientes a la descripción del procedimiento.
05	Abril'26	Se actualiza la normativa referente a universidades privadas (Real Decreto 905/2025).