

MARKETING	Código: PE04.02
	Fecha aprobación: Abril'26
INFORMACIÓN PÚBLICA DE LAS TITULACIONES	Versión: 4.0 WEB

RESULTADOS ESPERADOS Y ENFOQUE DEL PROCESO

DATOS DE IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

MACROPROCESO (Según mapa de procesos de la organización)	PE04 MARKETING		
PROCESO	PE04.02 INFORMACIÓN PÚBLICA DE LAS TITULACIONES	ALCANCE:	Titulaciones Oficiales
SUBPROCESOS	PE04.02.01 GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN PÚBLICA DE LAS TITULACIONES		
RESPONSABLE (Incluir Departamento responsable)	Área de Marketing y Comunicación y Centros		

OBJETIVO GENERAL DEL PROCESO	Establecer el procedimiento para publicar información clara, precisa y completa sobre los programas formativos y otras actividades relevantes llevadas a cabo en la universidad. NOTA: El principal medio de información pública relevante del plan de estudios dirigido a atender las necesidades del estudiantado es la página web de la Universidad, no obstante, pueden existir otros canales de comunicación (además de la atención teléfono, presencial y virtual a través de correo electrónico) que son definidos por Marketing, como son las redes sociales, campañas de comunicación en colegios, etc.
-------------------------------------	---

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	Ofrecer información clara, precisa y completa sobre la oferta formativa				
2	Implantar la sistematización de actualización y revisión de la información				
3	Rendir cuentas a los diferentes grupos de interés sobre resultados alcanzados				

MARKETING	Código: PE04.02
	Fecha aprobación: Abril'26
INFORMACIÓN PÚBLICA DE LAS TITULACIONES	
Versión: 4.0 WEB	

GRUPOS DE INTERÉS DEL PROCESO		
GRUPOS DE INTERÉS <i>(Afectados)</i>	EXPECTATIVAS Y NECESIDADES <i>(Por qué es importante para el grupo de interés/Cómo se ve beneficiado)</i>	SISTEMA /INDICADORES DE SEGUIMIENTO <i>(Qué sistema/indicadores de control se van a utilizar para asegurar su cumplimiento. Ejemplo: Encuestas de satisfacción / N° de publicaciones)</i>
Estudiantes (potenciales, matriculados y egresados)	Conocer las titulaciones universitarias oficiales: plan de estudios, profesorado, instalaciones, resultados de satisfacción, modalidades de impartición, recursos de apoyo, etc.	Información actualizada en web.
PDI	Evitar incongruencias e inconsistencia de información de la titulación	Información actualizada en web. Información de la memoria del título vs información publicada.
PTGAS		
Empleadores	Conocer la oferta de titulaciones oficiales: plan de estudios, perfiles de egreso, etc.	Información actualizada en web
Sociedad en general	Conocer la oferta académica y la UAX	

RECURSOS Y REQUISITOS NECESARIOS

RECURSOS NECESARIOS	
Recursos Materiales <i>(Qué elementos materiales son necesarios para la realización del proceso)</i>	Equipo Humano <i>(Qué personas son necesarias para la realización del proceso)</i>
Información ofrecida por Medallia. Información ofrecida por Dashboard académicos. Editor de página web.	Product Manager de Marketing Marketing Ventas

REQUISITOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DEL PROCESO			
Proveedores <i>(Qué departamento entrega)</i>	Elementos de Entrada <i>(Qué entrega)</i>	Elementos de Salida <i>(Cuál es la finalización del proceso)</i>	Destinatarios <i>(Quién lo recibe)</i>
Marketing	Documento base	Página web actualizada	Sociedad
Vicerrectorado de Calidad	Titulaciones oficiales (nuevas y modificadas)	Correo electrónico con las resoluciones de la Fundación	Marketing
Responsables de titulación	Ficha web y documento base	Página web actualizada	Sociedad

REQUISITOS NORMATIVOS			
SISCAL		ISO 9001:2015	
Criterio	3. Gestión de programas formativos.	Cláusula	7. Apoyo

MARKETING	Código: PE04.02
	Fecha aprobación: Abril'26
INFORMACIÓN PÚBLICA DE LAS TITULACIONES	
Versión: 4.0 WEB	

Directriz	3.2. El centro debe disponer de sistemas adecuados de información, apoyo y orientación al estudiantado, desde el proceso de admisión, hasta la finalización de los estudios y la graduación.	Subcláusula	7.4. Comunicación. 7.5. Información documentada.
Criterio	7. Información pública y transparencia y rendición de cuentas.	Cláusula	8. Operación
Directriz	7.1. El centro debe tener implementados procedimientos para publicar, revisar y actualizar información clara, fiable, objetiva y fácilmente accesible sobre sus programas formativos y otras actividades relevantes. 7.2. Los procedimientos relacionados con la información pública y la transparencia implementados por el centro deben tener en cuenta a los diferentes grupos de interés, tales como: • Estudiantado potencial. • Estudiantado matriculado. • Personas egresadas. • Personal docente. • Personal de apoyo. • Empleadores. • Sociedad en general. 7.3. La información debe ser publicada, al menos, en la página Web del centro, y debe incluir, según corresponda: • Información sobre el centro: ✓ Organización. ✓ Política. ✓ Estrategia. ✓ Sistema interno de garantía de la calidad implementado. • Información sobre los programas ofertados: ✓ Denominación de los títulos. ✓ Universidades y centros implicados en el caso de títulos conjuntos. ✓ Vías de acceso y perfil de ingreso. ✓ Criterios de reconocimiento de créditos. ✓ Estructura del plan de estudios. ✓ Número de plazas ofertadas. ✓ Modalidad de impartición. ✓ Oferta de movilidad. ✓ Oferta de prácticas externas, entidades colaboradoras, vinculadas al título. ✓ Guías docentes de las asignaturas. ✓ Requisitos de idiomas.	Subcláusula	8.2. Requisitos para los productos y servicios (8.2.1. Comunicación con el cliente).

MARKETING	Código: PE04.02
	Fecha aprobación: Abril'26
INFORMACIÓN PÚBLICA DE LAS TITULACIONES	Versión: 4.0 WEB

	✓ Cualificaciones e información sobre desempeño profesional. ✓ Calendario lectivo (horarios de clase y fechas de evaluación). • Información sobre los servicios del centro. • Información sobre servicios de orientación a los estudiantes. • Información sobre servicios complementarios ofertados. • Acceso al buzón de quejas, reclamaciones y sugerencias. • Información sobre resultados: ✓ Información sobre resultados académicos. ✓ Resultados de inserción laboral. ✓ Satisfacción de los grupos de interés. • Quejas, reclamaciones, alegaciones y sugerencias de mejora.		
	7.4. El centro debe implementar mecanismos que garanticen la rendición de cuentas de manera planificada, específica y bidireccional a los diferentes grupos de interés que participan en el despliegue del Sistema Interno de Garantía de Calidad. Esta rendición de cuentas debe incluir la información relevante sobre los resultados alcanzados en materia de política y objetivos de calidad del centro.		

REGISTROS Y DOCUMENTOS RELACIONADOS

REGISTROS (Resumen de los registros incluidos en la descripción de las actividades)		PROCESOS, REGISTROS / FORMATOS Y DOCUMENTOS INTERNOS RELACIONADOS (Otros registros que es necesario tener y que pertenecen a otros procesos)		DOCUMENTOS EXTERNOS RELACIONADOS (Normativa, legislación aplicable, etc...)
Código <i>A rellenar Calidad</i>	Registro	Código <i>A rellenar Calidad</i>	Registro	<u>Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario.</u> <u>RD 822/2021</u> <u>RD905/2025</u>
PE04.02-F01	Ficha web GRADO/MÁSTER	N/A	Memorias oficiales de los títulos	
PE04.02-F02	Ficha web DOCTORADO	N/A	Guías docentes actualizadas	
PE04.02-F04	Plantilla web Facultades	N/A	Planificación del PDI	
PE04.02-F03	Ficha web PDI	N/A	Información sobre recursos de apoyo	
N/A	Documento Base de titulación (presencial y/o online)	N/A	Convenios de colaboración educativa	
N/A	Titulaciones registradas en Sales Force	N/A	Medallia	
		N/A	Informe de Power BI y SF	
		N/A	Dashboard académico	
		N/A	Plan de mejoras de la titulación	

MARKETING	Código: PE04.02
	Fecha aprobación: Abril'26
INFORMACIÓN PÚBLICA DE LAS TITULACIONES	Versión: 4.0 WEB

		N/A	Calendario de evaluaciones externas de titulaciones oficiales	
		N/A	Quejas, reclamaciones, alegaciones y sugerencias de mejora.	
		N/A	Campaña activa en medios	

OTRA INFORMACIÓN DE INTERÉS:

VALIDACIÓN DEL PROCESO

ELABORA	REVISa	APRUEBA
DPTO. MARKETING	VICERRECTORADO DE CALIDAD	CONSEJERO DELEGADO

HISTORIAL DE MODIFICACIONES

REVISIÓN	FECHA	CAMBIOS
01	10/02/23	Edición inicial del documento.
02	Febrero'24	Inclusión requisitos ISO y SISCAL.
03	Junio'25	Se ajusta el título del proceso. Se añade el código al subproceso. Se elimina el indicador nº 594. Se han incorporado los registros que estaban subrayados en azul a la descripción de procedimientos.
04	Abril'26	Se incorpora el indicador 594. Se actualiza la normativa referente a universidades privadas (Real Decreto 905/2025).