



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

Fundació Politècnica de Catalunya

# SAIQ

## Perfiles de ingreso/egreso y captación de alumnos

*Versión 4.3*



# 1. Contenido

<b>1. Contenido</b> .....	<b>2</b>
<b>2. Objetivos y alcance</b> .....	<b>4</b>
2.1. <i>Objetivos</i> .....	4
2.2. <i>Alcance</i> .....	4
<b>3. Referencias y normativas</b> .....	<b>5</b>
<b>4. Definiciones</b> .....	<b>6</b>
<b>5. Desarrollo del proceso</b> .....	<b>7</b>
5.1 <i>Recogida y análisis de información</i> .....	7
5.2 <i>Revisión del perfil de ingreso y egreso</i> .....	7
5.3 <i>Plan de promoción</i> .....	7
5.3.1 <i>Ejecución de acciones de promoción</i> .....	7
5.3.2 <i>Actividades de reporting</i> .....	8
5.3.3 <i>Ajuste del plan de promoción</i> .....	8
5.3.4 <i>Informe de campaña de promoción</i> .....	8
<b>6. Seguimiento y medida</b> .....	<b>9</b>
<b>7. Evidencias</b> .....	<b>10</b>
<b>8. Roles y actividades</b> .....	<b>11</b>
<b>9. Ficha Resumen</b> .....	<b>12</b>
<b>10. Diagrama de Flujo</b> .....	<b>13</b>

PROCESO



PROCESO

Control de versiones					
Versión	Autor	Fecha	Referencia	Revisor	Aprobador
1.0	Control de Gestión y Calidad Pablo Francica	22/02/2010	Diseño de SAIQ	Laura Rubio Ortega 04-03-2010	Josep M. Martorell i Rodon 06-04-2010
1.1	Departamento de Administración y Controlling Pablo Francica	16-02-2011	Modificaciones a partir del Informe Previo de Evaluación del Diseño del SGIC - AQU.	Laura Rubio Ortega 28-02-2011	Ignasi del Río López 28-02-2011
1.2	Departamento de Administración y Controlling Montse Cavero	28-07-2011	Modificaciones a partir del Informe Final de Evaluación del Diseño del SGIC - AQU.	Laura Rubio Ortega 28-07-2011	Ignasi del Río López 28-07-2011
2.0	Departamento de Administración y Controlling Montse Cavero	12-09-2013	Implementación del SAIQ	Francisco Esteban 12-09-2013	Isabel Torras Junoy 31-07-2014
3.0	Departamento de Administración y Controlling Montse Cavero	22-06-2015	Mejora Continua del SAIQ	Francisco Esteban 22-06-2015	Isabel Torras Junoy 31-07-2015
3.1	Unidad de Calidad Montse Cavero	30-03-2020	Mejora Continua del SAIQ 19-20	Gerard Campanera 27-03-2020 Silvia Sunyer 18-03-2020	Isabel Torras Junoy 27-03-2020
4.0	Unidad de Calidad Montse Cavero	31-07-2021	Implementación ISO 9001:2015	Gerard Campanera 31-07-2021 Mercè Díaz 31-07-2021	Isabel Torras Junoy 31-07-2021
4.1	Unidad de Calidad Jessica Martínez	30-06-2022	Mejora Continua ISO 9001:2015	Gerard Campanera 30-06-2022 Mercè Díaz 30-06-2022	Isabel Torras Junoy 30-06-2022
4.2	Unidad de Calidad Jessica Martínez	18-09-2023	Mejora Continua ISO 9001:2015	María Costa 18-09-2023 Mercè Díaz 18-09-2023	Lucía Crosas López 18-09-2023
4.3	Unidad de Calidad Jessica Martínez	30-09-2024	Mejora Continua ISO 9001:2015	María Costa 30-09-2024 Mercè Díaz 30-09-2024	Lucía Crosas López 30-09-2024



## 2. Objetivos y alcance

### 2.1. Objetivos

El proceso tiene los siguientes objetivos:

- Captar alumnos preparados y motivados para poder realizar con éxito los Estudios Formativos.
- Facilitar información personalizada a los interesados en los Estudios Formativos.

### 2.2. Alcance

*Este documento es de aplicación a todos los estudios formativos adaptados al EEES dónde la FPC posee responsabilidad académica (estudios de grado, de formación permanente, ya sean titulaciones oficiales o no oficiales).*



### 3. Referencias y normativas

El siguiente listado incluye las referencias y normativas que se han tenido en cuenta en la elaboración del proceso:

Marcos de referencia internos:

- Memorias verificadas de Estudios Formativos.
- Memoria académica de Estudios Formativos.
- Normativa Académica de los estudios de Grado y Máster de la Universitat Politècnica de Catalunya.

Marcos de referencia externos:

- Programa AUDIT
- Norma ISO 9001:2015
- Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario.
- Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.
- Real Decreto 640/2021, de 27 de julio, de creación, reconocimiento y autorización de universidades y centros universitarios, y acreditación institucional de centros universitarios.
- Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se modifica el Real Decreto 1393/2007, de 19 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.
- Real Decreto 69/2000, de 21 de enero, por el cual se regulan los procedimientos de selección para el ingreso a los centros universitarios de los estudiantes que reúnen los requisitos legales necesarios para el acceso a la Universidad.
- Ley 1/2003, de 19 de febrero, de universidades de Catalunya.



## 4. Definiciones

**FPC:** Fundació Politècnica de Catalunya.

**EEES:** Espacio Europeo de Educación Superior.

**DA:** Departamento de Aprendizaje

**SA:** Secretaría Académica

**MKT:** Departamento de Marketing y Comunicación

**CITM:** Centre de la Imatge i la Tecnologia Multimèdia.

**SAIQ:** Sistema de Aseguramiento Interno de la Calidad.

**Perfil de ingreso:** Descripción conceptual de las características deseadas de los estudiantes de nuevo ingreso en términos de conocimientos, habilidades y actitudes favorables para cursar y finalizar con éxito los estudios que inicia.

**Planes de promoción:** Conjunto de actividades planificadas y orientadas a los alumnos potenciales para informarles sobre la oferta formativa que dispone la FPC.



## 5. Desarrollo del proceso

### 5.1 Recogida y análisis de información

La persona responsable del estudio formativo, dentro del Departamento de Aprendizaje, es la figura responsable de la petición de los planes de promoción al equipo de Marketing y Comunicación (MKT). Para ello, se obtendrá información a partir de las siguientes fuentes:

- Perfiles de ingreso de los estudios.
- Resultados anteriores de las acciones de promoción.
- Resultados obtenidos en el proceso de comercialización del estudio.

### 5.2 Revisión del perfil de ingreso y egreso

La persona responsable del estudio será la encargada de revisar que los perfiles de ingreso y egreso de los estudios formativos a promocionar sean los adecuados, de acuerdo a la memoria de los estudios formativos, y en coordinación con el Director/a Académico/a del estudio.

En los programas de Grado, el perfil de ingreso y egreso, está regulado por la legislación vigente a tales efectos.

### 5.3 Plan de promoción

El plan de promoción será elaborado por el técnico de Marketing del Departamento de Marketing y Comunicación). Este técnico presentará una propuesta con objetivos específicos y los resultados esperados de acuerdo con la inversión prevista. El plan será revisado regularmente para asegurar su adecuación a los costos y la estrategia de promoción

El Director/ Académico/a podrá realizar, a través del Departamento de Aprendizaje, cualquier propuesta y aportación que considere de valor para el plan de promoción.

En los estudios de Grado, la relación de las acciones de publicidad y promoción será elaborada por la persona encargada de la promoción, a petición del responsable de la Secretaría Académica del CITM y teniendo en cuenta las aportaciones del Equipo Directivo del CITM.

Una vez validadas las acciones de promoción y el presupuesto correspondiente, la persona responsable de la promoción del estudio ejecutará las acciones reflejadas en el plan.

#### 5.3.1 Ejecución de acciones de promoción

El Equipo del Departamento de MKT será el encargado de ejecutar las actividades de promoción en función del calendario del plan de promoción establecido.

Las actividades se clasificarán de la siguiente manera:

##### **On-line:**

- Presencia en web (Propias, *Partners* o Proveedores)
- Presencia en redes sociales propias
- Publicidad on-line (Google Adwords Ads, LinkedIn Ads y Meta)



- Newsletters y mailings
- Vídeos
- Banners

**Off-line:**

- Folletos y material gráfico
- Asistencias a ferias y eventos
- Sesiones informativas
- Open Class (Departamento de Aprendizaje).
- Jornadas de puertas abiertas (Titulaciones de Grado)
- Promoción en centros educativos, culturales y puntos de información juvenil (Titulaciones de Grado).
- Promoción en plataformas educativas: ESCOLAB Y PAE (Titulaciones de Grado).

Se valorarán otras acciones de publicidad y promoción si algún caso particular así lo exige. En el caso de la asistencia a ferias y eventos, sesiones informativas y jornadas de puertas abiertas, será el equipo del Departamento de Aprendizaje para los estudios de formación permanente y el Equipo Directivo del CITM para los estudios de grado, quiénes tomarán esta responsabilidad.

### 5.3.2 Actividades de reporting

El plan de promoción queda registrado en la base de datos de la organización.

### 5.3.3 Ajuste del plan de promoción

El plan de promoción se someterá a seguimiento por parte de todos los departamentos implicados (DA, SA y MKT), pudiéndose reajustar económicamente y estratégicamente en función de los resultados de las acciones de promoción y publicidad y en función de la evolución comercial del estudio en concreto.

### 5.3.4 Informe de campaña de promoción

Una vez finalizadas las acciones de promoción, la persona responsable del estudio podrá solicitar, en aquellos casos que considere necesario, un informe de la campaña que servirá para analizar en el futuro la efectividad de la campaña de promoción.





## 6. Seguimiento y medida

Las actividades de seguimiento y medición del Proceso 'Perfiles de ingreso y captación de alumnos' se encuentran especificados en la evidencia 'Listado de indicadores e informes' (919.E.6.1.1) definida en el Proceso de 'Análisis y utilización de los resultados' (919.P.6.1).



## 7. Evidencias

Identificación	Descripción	Soporte	Responsable de la custodia	Tiempos de conservación
919.E.3.1.1	Plan de Promoción	Sistema	MKT	5 años
919.E.3.1.2	Informe de Campaña de promoción	Sistema	MKT	5 años
919.E.3.1.3	Plan de Mejoras	Sistema	MKT	5 años



## 8. Roles y actividades

En la siguiente tabla se detallan los roles y las actividades que se desarrollan durante el proceso:

<b>Rol</b>	<b>Actividades</b>
<b>Equipo de DA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revisión del Perfil de Ingreso/Egreso.</li> <li>Encargar el plan de promoción.</li> <li>Incluir el coste asociado al plan de promoción en el presupuesto del estudio.</li> <li>Ejecución de determinadas acciones del plan de promoción.</li> <li>Solicitar ajustes en el plan de promoción.</li> </ul>
<b>Equipo de SA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organización <i>Open Class</i>.</li> <li>Asistencia a ferias y eventos, sesiones informativas y jornadas de puertas abiertas (Titulaciones de Grado).</li> <li>Solicitar el informe de campaña de promoción en los casos en los que sea necesario.</li> <li>Análisis del proceso y elaboración del Plan de mejoras.</li> </ul>
<b>Director/a Académico/a</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participación en la definición del plan de promoción, en los casos necesarios.</li> <li>Participación en la revisión del perfil de ingreso/egreso.</li> </ul>
<b>Equipo Directivo del CITM</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participación en la definición del plan de promoción.</li> </ul>
<b>Equipo de MKT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definición y elaboración del plan de promoción.</li> <li>Selección de proveedores y determinación del coste.</li> <li>Ejecución de acciones del plan de promoción (On-line y Off-line).</li> <li>Registro de acciones del plan de promoción.</li> </ul>


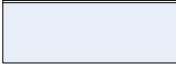









## 9. Ficha Resumen

<b>Responsable del Proceso</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudios de Formación Permanente: Responsable del Departamento de Aprendizaje.</li> <li>Estudios de grado: Equipo Directivo CITM</li> </ul>
<b>Órgano Responsable</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>No Aplica.</li> </ul>
<b>Grupos de Interés</b>	<b>Implicados y mecanismos de participación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>PTGAS:</b> revisión de los perfiles de ingreso y egreso, y la captación de alumnos.</li> <li><b>Foros Empresariales, Agrupaciones del Sector de la Formación Continua, Redes Universitarias, Colegios Oficiales, Agrupaciones profesionales, PTGAS, Alumnos Potenciales</b> Aportación de información en los procesos del SAIQ que se recoge mediante el proceso 919.P.6.1 (Análisis y Utilización de Resultados).</li> </ul>
	<b>Rendición de cuentas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La rendición de cuentas a los grupos de interés queda definida en el proceso 919.P.7.1 (Publicación de Información sobre Titulaciones).</li> </ul>
<b>Mecanismos para la toma de decisiones</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Se detalla en los puntos 5 (Desarrollo del Proceso) y 6 (Seguimiento y Medición) del documento.</li> </ul>
<b>Recogida y análisis de información</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Los indicadores del proceso se definirán y se recogerán de acuerdo en lo establecido en el proceso 919.P.6.1 (Análisis y Utilización de Resultados).</li> </ul>
<b>Seguimiento, revisión y mejora</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>El Responsable del Departamento de Aprendizaje y el Equipo Directivo del CITM serán los encargados de realizar el seguimiento anual, revisar el proceso e implantar mejoras.</li> </ul>

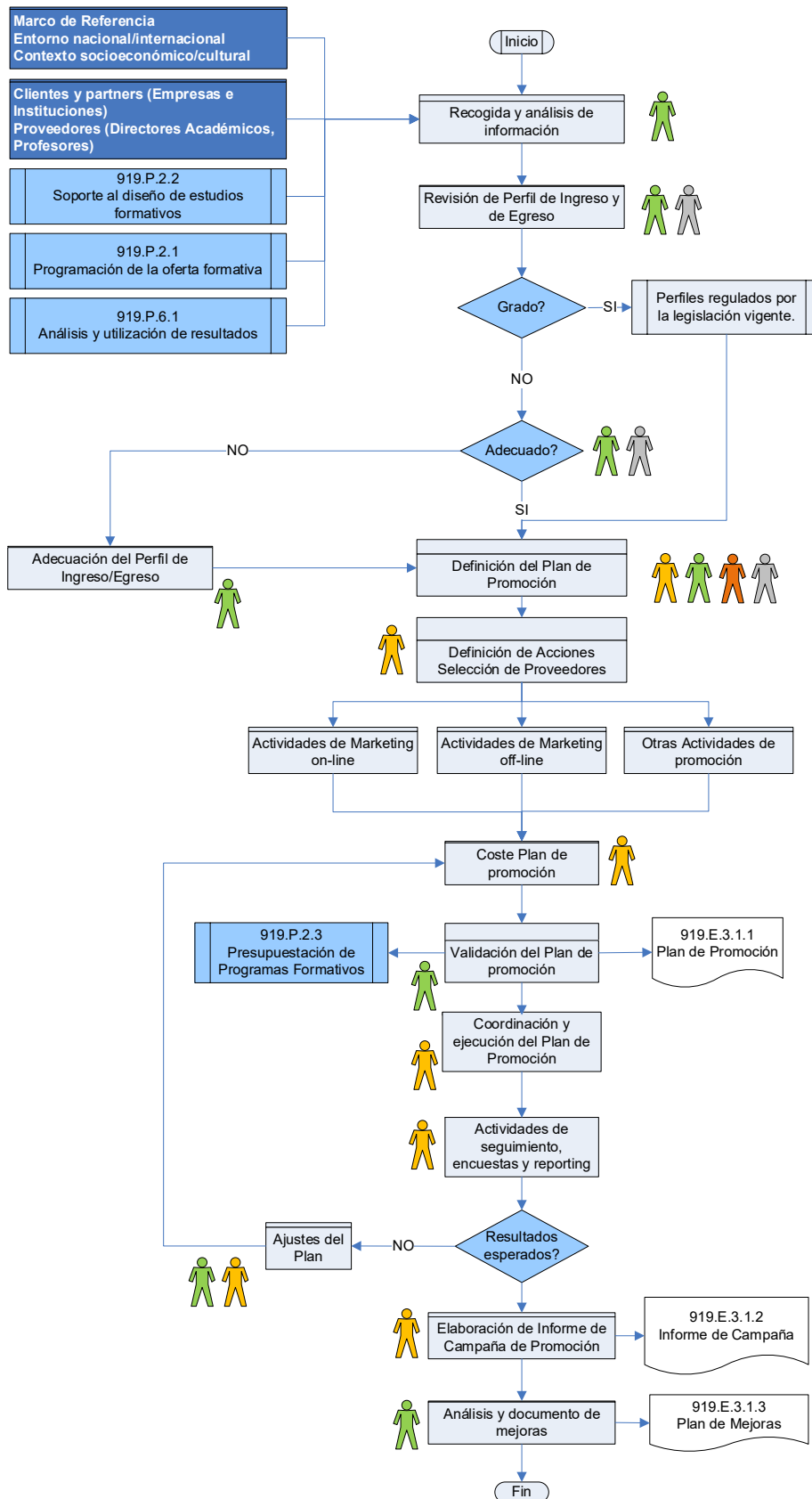
PROCESO

## 10. Diagrama de Flujo

Elemento	Descripción
	Inicio del proceso
	Actividad a desarrollar
	Punto de control/decisión
	Enlace con otro proceso
	Evidencia documental de la realización de una actividad
	Elementos del entorno que se han de considerar para desarrollar una actividad
	Inputs o entradas a un determinado proceso
	Indicador de continuidad del proceso
	Fin del proceso

PROCESO

PROCESO



Referencias - 919.F.3.1



Equipo Directivo CITM

Director/a Académico/a



Equipo de MKT



Equipo DA



Oracle CRM



Acción de Seguimiento