

PLAN ESTRATÉGICO 2015-2020



universidad
SANJORGE

GRUPO SANVALERO

Contenidos

PRESENTACIÓN DEL RECTOR	3
INTRODUCCIÓN	5
Presentación de la Universidad San Jorge	5
Proceso de elaboración del Plan Estratégico 2015-2020	7
NÚCLEO DEL PLAN ESTRATÉGICO	8
Nuestra misión	8
Nuestra visión	8
Nuestros valores	8
ATRIBUTOS DE LA UNIVERSIDAD	11
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS 2015-2020	13
ATRIBUTO 1: Una Universidad con un modelo educativo que proporciona una experiencia única, transformadora de la persona	14
ATRIBUTO 2: Una Universidad con una clara vocación social	15
ATRIBUTO 3: Una Universidad con prestigio, notoriedad y buena reputación	16
ATRIBUTO 4: Una Universidad con un espíritu internacional	17
ATRIBUTO 5: Una Universidad bien conectada con el entorno empresarial	18
ATRIBUTO 6: Una Universidad eficiente	19



Presentación del Rector

La Universidad San Jorge ha celebrado en el curso 2014-2015 su décimo aniversario, una celebración de la comunidad universitaria ha vivido con intensidad, y que ha servido para hacer balance del camino recorrido desde 2005 y al mismo tiempo para agradecer la ayuda y el esfuerzo de todos los que nos han acompañado en esta primera etapa del trayecto.

Al mismo tiempo que celebrábamos nuestro décimo aniversario, iniciábamos la elaboración de nuestro plan estratégico 2015-2020, que ha de guiar el desarrollo de la institución en los próximos 5 años.

A pesar de que la misión de la Universidad San Jorge (servir a la sociedad creando y transmitiendo conocimiento, y contribuyendo en la formación de personas íntegras y buenos

profesionales; desde una visión fundamentada en el Humanismo Cristiano) permanece inalterada, la reflexión estratégica precisa sin duda una profunda renovación. Esta nueva etapa debe tener en cuenta condicionantes externos como los derivados de la crisis económica, con el aumento de costes y la reducción de los presupuestos públicos, el notable incremento de la oferta de educación superior: nuevas titulaciones, instituciones y formatos, que conviven con un cuestionamiento del valor de los títulos universitarios (su mera posesión hace mucho que no asegura la inserción laboral) y el cambio imparabable de modelos y metodologías potenciado por las nuevas tecnologías, pero que afecta a todos los ámbitos de la actividad académica.

El crecimiento de la oferta universitaria se ha desarrollado hasta la fecha esencialmente con un modelo único y generalista, aunque cada vez surgen más iniciativas y experiencias de interés, tanto en España como lejos de nuestras fronteras, que han servido de inspiración para este plan estratégico y que marcan vías de desarrollo muy prometedoras.

La Universidad San Jorge ha de ser capaz de adaptarse a estas nuevas situaciones, y para ello es preciso que diseñe una estrategia que la diferencie de otras instituciones en principio similares; una estrategia que promueva la especialización y que responda a las expectativas de los estudiantes y de la sociedad.

El presente plan estratégico pretende profundizar en esta necesaria diferenciación a través de la identificación de un reducido número de atributos que, desarrollados a través de proyectos que impliquen a toda la comunidad universitaria, marquen el rumbo de la institución para los próximos años.

Los seis atributos que definen el primer nivel de este plan han sido fruto del trabajo y la reflexión tanto de las personas de la institución, personal docente e investigador y personal técnico y de gestión, como de expertos externos que han participado en la elaboración de este documento.

Aspiramos a construir una Universidad con un **modelo educativo** que proporcione una experiencia única, transformadora de la persona, con

una marcada **vocación social**, una institución con **prestigio, notoriedad y buena reputación** y con un claro **enfoque internacional**. Una Universidad **bien conectada con el entorno empresarial** y al mismo tiempo una organización que sepa gestionar de forma **eficiente** sus recursos.

El plan establece, a partir de los 6 atributos mencionados, 22 estrategias cuyo desarrollo en acciones concretas que implican a toda la comunidad universitaria permite medir el grado de cumplimiento del plan, como una tarea que es responsabilidad de todos.

No quiero terminar esta breve introducción sin agradecer profundamente a todas las personas que han participado en la elaboración de este plan, a los miembros del personal técnico y de gestión y del personal docente e investigador, a los patronos, a los miembros del Consejo Rector, a los estudiantes, y familiares consultados, a los expertos que han accedido a responder a nuestras preguntas y en general a todas las personas que nos han apoyado e inspirado en esta tarea su desinteresada y valiosa aportación. A todos ellos, que anhelan de todo corazón una Universidad cada vez mejor y al servicio de la sociedad, gracias.

Carlos Pérez Caseiras
Rector de la Universidad San Jorge
8 de enero de 2016

Introducción

Presentación de la Universidad San Jorge

La Universidad San Jorge fue aprobada en Cortes de Aragón el 24 de febrero de 2005, publicándose su ley de reconocimiento en el BOA n.º 25 de febrero de 2005 y en el BOE n.º 71 de 24 de marzo de 2005.

Se trata de una universidad privada, promovida por la Fundación San Valero, obra de la Diócesis de Zaragoza con una experiencia de más de 50 años en el ámbito de la formación profesional. Su forma jurídica es la de fundación civil, y su órgano de gobierno es el Patronato de la Fundación.



Datos básicos (curso académico 2015-2016)

Naturaleza jurídica	Fundación privada sin ánimo de lucro
Creación	La Universidad San Jorge fue aprobada en Cortes de Aragón el 24 de febrero de 2005, publicada la ley de reconocimiento en el BOA n.º 25 de febrero de 2005 y en el BOE n.º 71 de 24 de marzo de 2005
Sede	Campus Universitario Villanueva de Gállego (Zaragoza)
Centros	3 centros propios 1 centro adscrito
Número de alumnos	2100
Personal docente e investigador (PDI)	265 sin contar asociados
Personal técnico y de gestión (PTG)	112
Oferta académica	14 títulos de Grado 9 programas de Máster Universitario 3 programas de Doctorado



**Oferta académica oficial: centros propios
(curso académico 2015-2016)**

Escuela de Arquitectura y Tecnología:

- Grado en Arquitectura
- Grado en Ingeniería Informática
- Grado en Diseño y Desarrollo de Videojuegos
- Máster Universitario en Gestión Medioambiental de la Empresa
- Máster Universitario en Investigación y Formación Avanzada en Arquitectura
- Máster Universitario en Tecnologías Software Avanzadas para Dispositivos Móviles
- Doctorado en Medio Ambiente

Facultad de Ciencias de la Salud:

- Grado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte
- Grado en Enfermería
- Grado en Farmacia
- Grado en Fisioterapia
- Máster Universitario en Atención Farmacéutica y Farmacoterapia
- Máster Universitario en Investigación en Ciencias de la Salud
- Doctorado en Ciencias de la Salud

Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales:

- Grado en Administración y Dirección de Empresas
- Grado en Comunicación Audiovisual
- Grado en Educación Infantil / Infant Education
- Grado en Educación Primaria / Primary Education
- Grado en Periodismo
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
- Grado en Traducción y Comunicación Intercultural
- Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA)
- Máster Universitario en Liderazgo y Administración Pública
- Máster Universitario en Marketing y Comunicación Corporativa
- Máster Universitario en Profesorado de Bachillerato, Educación Secundaria Obligatoria, Formación Profesional y Enseñanza de Lenguas Extranjeras
- Doctorado en Comunicación

**Oferta académica oficial: centros adscritos
(curso académico 2015-2016)**

**Centro de Estudios Superiores de Galicia
(CESUGA), La Coruña:**

- Grado en Administración y Dirección de Empresas
- Grado en Arquitectura
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
- Grado en Traducción y Comunicación Intercultural



Proceso de elaboración del Plan Estratégico 2015-2020

En el segundo semestre del año 2014, aproximándose el final del periodo de vigencia del Plan Estratégico 2010-2015, se iniciaron los trabajos para la elaboración del Plan Estratégico 2015-2020. Entre los meses de septiembre y diciembre de 2014 se encargó un estudio a un consultor externo que sirviera de punto de partida para la elaboración del plan. En este estudio se recopilaron y analizaron fuentes de información secundarias sobre los estudios universitarios en Aragón, España y el mundo, se mantuvieron reuniones internas con distintos equipos de la Universidad, se realizaron entrevistas a candidatos, estudiantes, egresados, familias y empresas; patronos de la universidad y expertos externos, y se realizaron sesiones de trabajo con miembros del Consejo Rector, personal docente e investigador y personal técnico y de gestión de la Universidad.

Tras este trabajo preliminar, se decidió estructurar el plan en torno a seis atributos que deben guiar los objetivos estratégicos de la institución en

los próximos años, atributos que son enumerados más adelante.

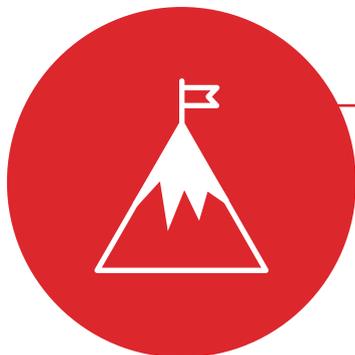
Una vez aprobados los Objetivos Estratégicos, el Consejo Rector comunica los mismos a todo el personal de la Universidad mediante un documento de síntesis, el presente **Plan Estratégico 2015-2020**.

En una segunda fase, el Consejo Rector publica anualmente el **Despliegue Anual del Plan Estratégico 2015-2020**, que define las acciones a realizar durante ese curso académico en las diferentes áreas de la Universidad, para poder llevar a cabo los proyectos definidos.

El Consejo Rector revisa anualmente, o con una periodicidad menor en caso de situaciones extraordinarias de cambio, tanto la realización de las acciones como el cumplimiento de los Objetivos Estratégicos.

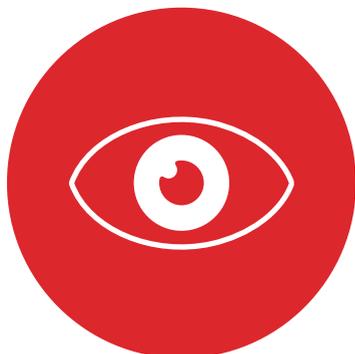
En el caso de que se detecten desviaciones en el seguimiento realizado a los Objetivos Estratégicos, se pondrán en funcionamiento acciones de mejora o modificaciones, que permitan alcanzar los objetivos fijados.

Núcleo del Plan Estratégico



Nuestra misión

La Universidad San Jorge es una institución sin ánimo de lucro, promovida por la Fundación San Valero, con el apoyo de la sociedad aragonesa y fundamentada en el Humanismo Cristiano. Su misión es servir a la sociedad creando y transmitiendo conocimiento y contribuyendo en la formación de personas íntegras y buenos profesionales.



Nuestra visión

Universidad consolidada y de reconocido prestigio por:

1. Su modelo formativo, su acción educadora, su atención personalizada al estudiante y su oferta de títulos que facilitan la empleabilidad y la movilidad internacional, y al mismo tiempo son flexibles para el desarrollo de la formación a lo largo de la vida.
2. Su capacidad investigadora, de innovación y de transferencia de conocimiento, con impacto relevante en el entorno socioeconómico.
3. Colaborar en proyectos e impulsar iniciativas que contribuyan activamente al progreso de la sociedad aragonesa.
4. Ser socialmente responsable.



Nuestros valores

Para responder a los desafíos de la cultura contemporánea y teniendo como base la perspectiva del Humanismo Cristiano, la Universidad San Jorge se compromete y quiere ser reconocida por los siguientes valores:

RESPONSABILIDAD

Actuar con responsabilidad supone responder de forma diligente y transparente en todas las acciones y decisiones, así como hacerse cargo de las consecuencias que de ellas se deriven. Supone poner especial cuidado y atención en lo que hacemos siendo capaces de asumir los resultados de nuestras acciones.



COMPROMISO SOCIAL

La Universidad entiende su labor en estrecha relación con el desarrollo social y considera como una de sus principales funciones institucionales la contribución a este desde sus diferentes ámbitos de actividad. Por tanto, la Universidad se compromete a luchar en contra de la exclusión social y a fomentar estos valores en el seno de la comunidad universitaria, así como en la sociedad en general colaborando eficientemente con otras instituciones para este fin. Es la aportación voluntaria de la Universidad a la participación en tareas sociales y solidarias desde la docencia y la investigación y por medio de las prácticas derivadas de su estructura.

PENSAMIENTO CRÍTICO

El objetivo del pensamiento crítico es evitar las presiones sociales que llevan a la estandarización y al conformismo. Se basa en valores intelectuales que tratan de ir más allá de las impresiones y opiniones particulares, por lo que requiere claridad, juicio, exactitud, precisión, evidencia y equidad. Conjuga inteligencia y conocimiento a fin de superar los sesgos cognitivos y ser capaces de discernir entre lo que es razonable y lo que no. Es un instrumento clave en la investigación.



AUTOEXIGENCIA Y ESFUERZO

Es la capacidad de trabajo, persistencia en la acción y disciplina que nos permite alcanzar nuestras metas y mejorar lo ya logrado. Supone el empleo energético, la vitalidad del ánimo, vigor y valor en la consecución de un fin. Es contraria al conformismo y la pasividad, ya que es un impulso continuado y sostenido en el tiempo para conseguir retos y desafíos.

ACTITUD EMPRENDEDORA

Capacidad de crear o iniciar un proyecto teniendo como fuente de inspiración la confianza en uno mismo, la determinación de actuar en pro de las propias inquietudes con perseverancia hasta hacerlas realidad. Es una conducta permanente de proactividad que impulsa a quien la posee a anticiparse a otros en la generación de nuevas ideas rentables. La actitud emprendedora implica ver una solución en cada problema y no un problema en cada solución.



ESPIRITU DE SERVICIO

En la Universidad se entiende por espíritu de servicio la actitud de servir con diligencia, cuidado y voluntad. El servicio nace del deseo de compartir y debe acompañar a todos los que integran dicha institución, ya que se apoya en la absoluta igualdad entre los seres humanos y el deseo sincero de hacer algo por los demás. Supone demostrar sensibilidad hacia las necesidades y demandas del conjunto concibiéndolas como un valor añadido para la propia actividad.



SENTIDO DE PERTENENCIA

El sentido de pertenencia a una institución significa arraigo a la misma, sentirse y considerarse como parte integrante de ella contribuyendo a formar equipo trabajando conjuntamente por una causa común. Implica confianza, identificación y vinculación en las metas de la organización. Es vivir con una misión.

TRABAJO EN EQUIPO

Trabajar en equipo significa organizarse de una forma determinada para lograr un objetivo común, compartir un propósito común claramente conocido en el que las capacidades individuales se complementan y se comparten responsabilidades. Es la capacidad para cooperar, incluso de forma anónima, en los objetivos comunes, subordinando los propios intereses a los intereses comunes y considerando como más relevante el objetivo de todos. Supone generar un efecto multiplicador a partir de la diversidad de aportaciones de los colaboradores.

CREATIVIDAD

La creatividad es la capacidad de ver nuevas posibilidades de acción ante una determinada situación y hacer algo al respecto, significa ir más allá del análisis de un problema y poner en práctica una solución para obtener resultados positivos. Es descubrir soluciones imaginativas a los problemas generando alternativas a sus soluciones, métodos y formas clásicas de resolución. Supone plantear nuevas ideas, desarrollarlas, enriquecerlas y someterlas a juicio con criterios de pragmatismo y viabilidad.



CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN

Tener capacidad de adaptación significa tener flexibilidad para adaptarse rápidamente a las circunstancias, los tiempos y las personas, rectificando oportunamente nuestras actitudes y puntos de vista para lograr una mejor convivencia y entendimiento con los demás. Tener capacidad para adaptarse a nuevas situaciones implica estar predispuesto a considerar el cambio como una oportunidad en lugar de una amenaza. Es modificar la propia conducta para alcanzar determinados objetivos cuando surgen dificultades, nuevos datos o cambios en el entorno.



Atributos de la Universidad

Queremos construir:

Una Universidad con un modelo educativo que proporciona una experiencia única, transformadora de la persona

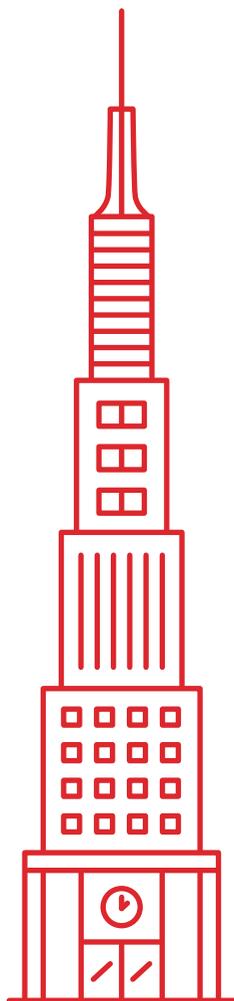
Una Universidad con una clara vocación social

Una Universidad con prestigio, notoriedad y buena reputación

Una Universidad con un espíritu internacional

Una Universidad bien conectada con el entorno empresarial

Una Universidad eficiente





Objetivos Estratégicos 2015-2020



ATRIBUTO 1: Una Universidad con un modelo educativo que proporciona una experiencia única, transformadora de la persona

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
<p>Estrategia 1: Mejorar la eficacia de las metodologías enseñanza - aprendizaje para un mayor impacto en la formación del estudiante</p>	<p>OE-01: Desarrollar un modelo educativo basado en el análisis prospectivo, la cultura de innovación pedagógica y la integración de las tecnologías, que asegure el impacto positivo en el aprendizaje de los alumnos</p>
	<p>OE-02: Desplegar un programa formativo de capacitación tecnológica y renovación pedagógica del profesorado, y promover la formación de equipos multidisciplinares para proyectos innovadores y tecnológicos</p>
	<p>OE-03: Diseñar modelos de titulaciones flexibles para una mejor actualización curricular y mejora del aprendizaje adaptativo y personalizado</p>
<p>Estrategia 2: Transmitir la identidad de la Universidad con el ejemplo de la comunidad universitaria y la acción institucional</p>	<p>OE-04: Promover el conocimiento de la identidad y su aplicación consecuente en docencia, investigación y gestión dentro de los programas formativos</p>
	<p>OE-05: Hacer que la identidad y valores de la Universidad, visibles en las acciones promovidas por la comunidad y la institución, sirvan de ejemplo para los alumnos y se reflejen en su desempeño profesional</p>
<p>Estrategia 3: Asegurar que la enseñanza - aprendizaje está muy bien conectada con la realidad exterior</p>	<p>OE-06: Facilitar a los alumnos la colaboración en investigación desde el grado hasta el doctorado</p>
	<p>OE-07: Actualizar la oferta formativa de los centros dentro del marco de la economía digital</p>

ATRIBUTO 2: Una Universidad con una clara vocación social

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
<p>Estrategia 5: Promover activamente las iniciativas de voluntariado, solidaridad y cooperación, favoreciendo al máximo la participación de todos</p>	<p>OE-10: Diseñar e implantar un plan de promoción del voluntariado</p> <p>OE-11: Implantar en todas las titulaciones actividades de aprendizaje - servicio para vincular el aprendizaje curricular con su contribución a la mejora del entorno, y como consecuencia de ello favorecer el compromiso personal hacia el voluntariado</p>
<p>Estrategia 6: Desplegar una clara política de Responsabilidad Social Universitaria, con líneas propias de la institución, que implique a toda la comunidad</p>	<p>OE-12: Identificar nuestra vocación social dentro del marco de la doctrina social de la Iglesia y desarrollar acciones que la promuevan tanto internamente como externamente</p> <p>OE-13: Definir y desplegar una política de Responsabilidad Social Universitaria con unas líneas propias y diferenciadas</p>
<p>Estrategia 7: Desarrollar una política institucional para facilitar el acceso de todas las personas a la formación</p>	<p>OE-14: Analizar sistemáticamente y mejorar nuestra política de becas, para incrementar el impacto real en la eliminación de las barreras socioeconómicas</p> <p>OE-15: Promover acciones específicas en favor de colectivos con especiales dificultades para el acceso a la formación universitaria</p>

ATRIBUTO 3: Una Universidad con prestigio, notoriedad y buena reputación

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
Estrategia 8: Construir un proyecto profesional atractivo para contar con los mejores colaboradores	<p>OE-16: Atraer el talento en docencia, investigación y gestión</p> <p>OE-17: Promover el desarrollo profesional de nuestro equipo humano y brindarles las mejores condiciones para desarrollar su labor</p>
Estrategia 9: Reforzar nuestra presencia en la sociedad y la comunicación de nuestra actividad	<p>OE-18: Desarrollar proyectos que refuercen nuestra visibilidad y reputación en la sociedad</p> <p>OE-19: Reforzar el posicionamiento de la Universidad</p> <p>OE-20: Mejorar la comunicación externa de la Universidad</p>
Estrategia 10: Fortalecer la relación con públicos objetivos o prescriptores	<p>OE-21: Desarrollar una colaboración fluida y mutuamente satisfactoria con las empresas e instituciones</p> <p>OE-22: Establecer relaciones de colaboración duradera con centros de enseñanza, en particular y de forma preferente con sus docentes</p> <p>OE-23: Desarrollar el sentido de pertenencia entre estudiantes y egresados</p>

ATRIBUTO 4: Una Universidad con un espíritu internacional

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
<p>Estrategia 11: Desplegar una política de fomento de la internacionalización de la institución</p>	<p>OE-24: Desplegar un plan integral de internacionalización, alineado con los criterios valorados en los ránquines reconocidos</p>
	<p>OE-25: Mejorar la visibilidad internacional de la Universidad a través de una estrategia comunicativa específica</p>
	<p>OE-26: Entrar en redes de universidades con las que establecer alianzas para el desarrollo de actividades y proyectos</p>
<p>Estrategia 12: Fomentar la movilidad internacional de la comunidad universitaria como elemento básico para conseguir la internacionalización</p>	<p>OE-27: Incrementar el número de alumnos en movilidad <i>outgoing</i></p>
	<p>OE-28: Incrementar la movilidad internacional en PDI y PTG</p>
<p>Estrategia 13: Conseguir que los miembros de la comunidad universitaria cuenten con las competencias lingüísticas necesarias para desarrollar adecuadamente su actual o futura actividad profesional</p>	<p>OE-29: Introducir progresivamente contenidos en inglés en todos los programas de la oferta formativa</p>
	<p>OE-30: Fomentar el aprendizaje lenguas extranjeras relevantes, además del inglés, para el mercado laboral y la futura actividad profesional de los alumnos</p>
	<p>OE-31: Desplegar un plan de formación y certificación lingüística entre el personal de la Universidad</p>
<p>Estrategia 14: Fomentar la internacionalización del campus universitario y de la comunidad universitaria</p>	<p>OE-32: Fomentar la convivencia de los alumnos internacionales con normalidad en la actividad académica y extraacadémica</p>
	<p>OE-33: Desarrollar acciones dentro del marco de Internationalisation at Home</p>
<p>Estrategia 15: Desplegar un plan de promoción de la institución y su oferta en el ámbito internacional</p>	<p>OE-34: Desplegar actividades con el objetivo de contar con un número significativo de alumnos internacionales</p>
	<p>OE-35: Fomentar la movilidad <i>incoming</i> de alumnos internacionales</p>
	<p>OE-36: Diseñar una oferta diferenciada de enseñanza de español como atractivo para estudiantes extranjeros</p>

ATRIBUTO 5: Una Universidad bien conectada con el entorno empresarial

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
Estrategia 16: Desarrollar una estrategia de fidelización de las empresas	OE-37: Identificar las entidades con las que mantenemos relaciones estables y continuadas y ofrecerles un trato preferente
	OE-38: Asentar la marca USJ CONNECTA como paraguas de las actividades de fidelización de la empresa
	OE-39: Desarrollar programas de formación con empresas como socio preferente dentro de un marco de Universidad Corporativa
Estrategia 17: Integrar la cultura empresarial en todos nuestros programas	OE-40: Conseguir un programa de prácticas en empresa cada vez más completo y satisfactorio, para prácticas nacionales e internacionales, en los programas formativos
	OE-41: Ofrecer a nuestros alumnos una orientación profesional temprana y conectada con el Plan de Acción Tutorial
	OE-42: Fomentar en los estudiantes una actitud proactiva, innovadora, emprendedora, inspirada en la práctica profesional real
	OE-43: Incorporar en los planes de estudios de forma general a profesionales del mundo de la empresa y contenidos especializados en cooperación con empresas o simulando la práctica profesional
OE-44: Ensayar un modelo de formación dual que integra de forma natural prácticas desde los primeros años para los grados	

ATRIBUTO 6: Una Universidad eficiente

ESTRATEGIA	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
<p>Estrategia 18: Detectar de forma temprana las expectativas de los grupos de interés, e incorporar rápidamente cambios en procesos</p>	<p>OE-45: Implicar al tejido empresarial y alumni en el diseño de los programas formativos y sus formatos</p> <p>OE-46: Utilizar los títulos propios como estrategia predictiva de éxito en la implantación de nuevos programas formativos</p> <p>OE-47: Explotar de forma eficiente los datos de inserción laboral y la evaluación de los tutores profesionales en prácticas</p> <p>OE-48: Mejorar los mecanismos de realimentación de expectativas con alumnos, candidatos y familias</p>
<p>Estrategia 19: Revisar los principales procesos para conseguir una organización ágil y eficiente, con un óptimo uso de los recursos</p>	<p>OE-49: Simplificar nuestros procesos clave para mejorar los tiempos de respuesta y satisfacción de los usuarios</p> <p>OE-50: Reducir nuestro impacto ambiental mediante la monitorización de nuestros consumos específicos de materiales y energía</p> <p>OE-51: Mejorar el sistema de gestión de la organización</p>
<p>Estrategia 20: Aplicar nuevas tecnologías y modelos para optimizar recursos en docencia, investigación y gestión</p>	<p>OE-52: Implantar metodologías y tecnologías que permitan la reducción de la presencialidad en el aula sin perjudicar la calidad de la enseñanza</p> <p>OE-53: Implantar nuevas tecnologías a los procesos de gestión</p> <p>OE-54: Diseñar o modificar los planes de estudios contemplando las posibilidades de troncalidad y flexibilidad de la oferta ya existente para mejorar la gestión de recursos</p>



universidad
SANJORGE

GRUPO SANVALERO

www.usj.es