



# **PLAN ESTRATÉGICO 2011 – 2015**

## **FACULTAD DE PSICOLOGÍA UPV/EHU**

(actualizado 2012)



Universidad  
del País Vasco

Euskal Herriko  
Unibertsitatea

PSIKOLOGIA FAKULTATEA  
FACULTAD DE PSICOLOGÍA



## MISIÓN

La Facultad de Psicología de Donostia-San Sebastián es un Centro de Educación Superior perteneciente a la UPV/EHU cuyo objetivo es formar profesionales cualificados, y crear y difundir conocimiento en el ámbito de la Psicología, todo ello para mejorar la salud y el bienestar tanto individual como social.

- Para ello, la Facultad ofrece un programa formativo de Grado, bilingüe, que responde a las necesidades de la sociedad, y basado en un proceso coordinado de enseñanza-aprendizaje para la adquisición de competencias, que posibilita una sólida formación teórico-práctica en psicología, así como la pre-especialización en los ámbitos clínico, psicosocial, educativo y de los recursos humanos y las organizaciones.
- Asimismo, ofrece un programa formativo de posgrado con un doctorado de calidad y másteres de especialización profesional, sustentados en líneas de investigación consolidadas y en una amplia red de organizaciones que garantizan la realización de prácticas externas especializadas.
- Todo ello impulsado por un equipo humano cualificado y comprometido, en un contexto de innovación, de libertad de pensamiento y de espíritu crítico.

## VISIÓN

La visión de la Facultad de Psicología puede resumirse en los siguientes objetivos de visión recogidos en el Plan estratégico 2011-2015 que son, posteriormente, desglosados en objetivos estratégicos, indicadores y acciones. La Facultad pretende:

1. Mantener el compromiso con el Sistema de Garantía Interna de Calidad y lograr la implantación y la acreditación de las ofertas formativas de grado y de posgrado del Centro
2. Formar graduados/as reconocidos/as por su sólida formación académica, y por su capacidad para el aprendizaje permanente, para la solución de problemas y para el emprendizaje.
3. Disponer de una oferta de posgrado que garantice la especialización en los principales ámbitos de la Psicología y de la investigación, y de una oferta de formación continua adecuada, siendo ambas reconocidas por graduados/as, profesionales y empleadores/as.
4. Maximizar la cooperación entre los distintos estamentos de la Facultad en la organización de actividades científicas y académicas y en la coordinación de las acciones de gestión.
5. Fomentar que la Facultad de Psicología sea un referente clave para organizaciones e instituciones empleadoras con relación a sus necesidades de creación y transmisión de conocimiento e innovación.
6. Ser un Centro reconocido por su compromiso social.
7. Incrementar el prestigio de la Psicología como ciencia, de la profesión de Psicólogo/a y de la Facultad, entre el alumnado potencial y los/las empleadores/as.

## VALORES



OBJETIVO DE VISIÓN	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	DESPLIEGUE A PROCESOS	INDICADORES	OBJETIVOS INDICADORES		PLAZO META	ACCIONES ESTRATÉGICAS	PLAZO ACCIÓN
				LÍMITE INFERIOR. Por debajo requiere acción de mejora	META Resultado deseado			
Qué queremos lograr para el 2015	¿Qué debemos lograr de nuestros procesos, recursos y personas para alcanzar los objetivos de Visión?	Mediante qué procesos y procedimientos vamos a gestionar tales objetivos	¿En base a qué podremos decir que hemos logrado tales objetivos?			En qué plazo debe lograrse el valor de la meta	¿Qué acciones debemos llevar a cabo para lograr los objetivos estratégicos?	En qué plazo debe estar ejecutada la acción
<b>1. Mantener el compromiso con el Sistema de Garantía Interna de Calidad y lograr la implantación y la acreditación de las ofertas formativas de grado y de posgrado del Centro</b>	Culminar la implantación del Grado en Psicología	2.6. Coordinación de la Docencia y Guía Docente 2.5. Prácticum y Prácticas Voluntarias 2.8. Trabajo Fin de Grado		NO	SÍ	JULIO 2013	• Diseñar el Practicum y el Trabajo Fin de Grado	Junio 2012
							• Implantar el Practicum y el Trabajo Fin de Grado	Octubre 2012
							• Poner en marcha los equipos docentes para la coordinación de la totalidad de cursos, de los Minor y del conjunto de la titulación	Julio 2013
	Lograr la acreditación del Título	1.3 Plan de Estudios	Evaluación positiva en la Acreditación del Grado	NO	SÍ	2016	• Elaborar y remitir los correspondientes informes anuales de Seguimiento del Título. • Analizar e Incorporar las recomendaciones de las Agencias de Evaluación.	Anualmente (final de Octubre)
	Continuar con la implementación del Manual del Sistema de Garantía Interna de Calidad del Título.	6.1. Análisis, revisión y mejora	Manual del Sistema de Garantía Interna de Calidad actualizado	NO	SÍ	CONTINUO	• Llevar a cabo la revisión de Audit y comprobar su vigencia	Anualmente (Julio)
	Gestionar el centro con una visión de excelencia y mejora continua.	1.2. Plan de Gestión Anual	Realización de la autoevaluación de la gestión	NO	SÍ	ANUAL	• Realizar la autoevaluación de la gestión • Utilizar los resultados de la autoevaluación como base para formular los objetivos de los Planes Anuales de Gestión • Informar y promover la participación de la Comisión de Calidad y la Junta de Facultad en el diseño y evaluación de los Planes Anuales de Gestión	Anualmente (Julio)
Mantener actualizado el sistema UNIKUDE	6.1. Análisis, revisión y mejora	Sistema migrado al software UNIKUDE	NO	SÍ	CONTINUO	• Transferir el sistema de gestión y los resultados de los indicadores al sistema UNIKUDE • Realizar las revisiones de los Planes anuales de Gestión y los Informes de Seguimiento del Título a través del sistema UNIKUDE	Junio 2013	

OBJETIVO DE VISIÓN	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	DESPLIEGUE A PROCESOS	INDICADORES	OBJETIVOS INDICADORES		PLAZO META	ACCIONES ESTRATÉGICAS	PLAZO ACCIÓN
				LÍMITE INFERIOR. Por debajo requiere acción de mejora	META Resultado deseado			
Qué queremos lograr para el 2015	¿Qué debemos lograr de nuestros procesos, recursos y personas para alcanzar los objetivos de Visión?	Mediante qué procesos y procedimientos vamos a gestionar tales objetivos	¿En base a qué podremos decir que hemos logrado tales objetivos?			En qué plazo debe lograrse el valor de la meta	¿Qué acciones debemos llevar a cabo para lograr los objetivos estratégicos?	En qué plazo debe estar ejecutada la acción
<b>2. Formar graduados/as reconocidos/as por su sólida formación académica, y por su capacidad para el aprendizaje permanente, para la solución de problemas y para el emprendizaje.</b>	Alcanzar una amplia formación del PDI en metodologías activas de enseñanza-aprendizaje incluyendo materiales y tareas vinculados a la práctica de la psicología	3.2. Formación continua personal	Nº de profesorado que acredita la utilización de metodologías activas e innovación en más de un 20% de su asignatura	15	25	2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ampliar y mejorar la oferta al PDI de formación en metodologías activas</li> <li>Realizar un diagnóstico y seguimiento de aplicación de las metodologías activas</li> </ul>	Anualmente
			Nº de profesores/as que finalizan ERAGIN	2	5			
			Nº de profesores/as que aplican Metodologías Activas tras haber sido formados por profesorado ERAGIN	6	12			
	Coordinar los equipos docentes y de curso implementando una coordinación transversal.	2.6. Coordinación de la Docencia y Guía Docente	Nº de equipos docentes activos	28	40	2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar un plan dirigido a la coordinación del Grado identificando las competencias transversales de cada materia.</li> </ul>	Septiembre 2011
							<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantener la coordinación de equipos docentes y de curso</li> <li>Establecer un acuerdo entre los equipos docentes en las exigencias mínimas de logro de las competencias transversales a lo largo de los diferentes cursos y en el sistema de evaluación de las mismas.</li> </ul>	Anualmente  2015
	Mantener la calidad de las prácticas externas en su adaptación al Grado, con convenios estables de calidad con empresas y organizaciones externas	2.5. Prácticum y Prácticas Voluntarias	Cumplimentación del cuestionario de evaluación por parte de los colectivos implicados (alumnado, centros de prácticas, tutores/as internos/as)	30%	>50%	JUNIO 2013	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar un nuevo cuestionario de evaluación de las prácticas externas para cada uno de los colectivos implicados.</li> </ul>	Marzo 2013
							<ul style="list-style-type: none"> <li>Asegurar la cumplimentación del cuestionario de evaluación.</li> </ul>	Anualmente
Promover una implantación del Grado que garantice la adquisición de competencias relacionadas con la capacidad para el aprendizaje permanente, la solución de problemas y el emprendizaje	1.3. Plan de Estudios 2.6. Coordinación de la Docencia y Guía Docente 2.10. Orientación Profesional e Inserción Laboral		NO	SÍ	2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar e impulsar la utilización de las estrategias de enseñanza-aprendizaje que posibilitan y refuerzan la adquisición de las competencias perseguidas.</li> </ul>	2013/14	
						<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulsar la formación continua del alumnado en herramientas y estrategias que fomenten un papel activo en su proceso de aprendizaje.</li> </ul>	Anualmente	
Impulsar la competencia de emprendizaje en el alumnado	2.8. Trabajo Fin de Grado 2.9. Formación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Premio de Trabajo Fin de Grado instaurado</li> </ul>	NO	SÍ	OCTUBRE 2014	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instaurar un premio de Trabajo Fin de Grado que premie la</li> </ul>	2014	

OBJETIVO DE VISIÓN	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	DESPLIEGUE A PROCESOS	INDICADORES	OBJETIVOS INDICADORES		PLAZO META	ACCIONES ESTRATÉGICAS	PLAZO ACCIÓN
				LÍMITE INFERIOR. Por debajo requiere acción de mejora	META Resultado deseado			
Qué queremos lograr para el 2015	¿Qué debemos lograr de nuestros procesos, recursos y personas para alcanzar los objetivos de Visión?	Mediante qué procesos y procedimientos vamos a gestionar tales objetivos	¿En base a qué podremos decir que hemos logrado tales objetivos?			En qué plazo debe lograrse el valor de la meta	¿Qué acciones debemos llevar a cabo para lograr los objetivos estratégicos?	En qué plazo debe estar ejecutada la acción
		Complementaria 2.10. Orientación profesional e inserción laboral	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acción formativa bianual realizada</li> </ul>	NO	SÍ	2014	<ul style="list-style-type: none"> <li>innovación y el emprendizaje.</li> <li>Organizar acciones formativas bianuales sobre emprendizaje para el alumnado.</li> </ul>	
	Disponer de convenios con universidades de prestigio internacional.	2.7. Movilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nº de convenios activos</li> <li>Nº de convenios activos con Universidades europeas y latinoamericanas clasificadas en Webometrics entre las 300 mejores.</li> </ul>	10	20	ANUALMENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar universidades de prestigio internacional para establecer convenios de movilidad.</li> <li>Informar al alumnado sobre la oferta formativa de movilidad.</li> </ul>	Anualmente
			5	10				
<b>3. Disponer de una oferta de posgrado que garantice la especialización en los principales ámbitos de la Psicología y de la Investigación, y de una oferta de formación continua adecuada, siendo ambas reconocidas por graduados/as, profesionales y empleadores/as.</b>	Implantar el nuevo Máster en Psicología General Sanitaria	2.12 Posgrado	Verificación positiva y puesta en marcha del Máster	NO	SÍ	2014/15	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar el Máster</li> <li>Implantar el Máster</li> <li>Implantar las prácticas externas del Máster</li> </ul>	2012/13 2013/14 2014/15
	Ofrecer acciones de formación continua ajustadas a las necesidades de la sociedad	2.9. Formación Complementaria 2.10. Orientación Profesional e Inserción Laboral	Nº de acciones de formación continua llevadas a cabo anualmente	0	1	2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recabar información sobre necesidades de formación.</li> <li>Coordinarse con el COP y otras organizaciones profesionales para el diseño y organización de acciones de formación continua.</li> </ul>	2015
			Participación del COP u otras organizaciones profesionales en el diseño y organización de las acciones de formación continua	NO	SÍ			
	Satisfacción de los asistentes con los cursos organizados	2	3,5 (6)					
Ofrecer al alumnado, desde que se incorpora a la Facultad, una visión global del grado, de los itinerarios curriculares que se ofertan y su vinculación con estudios de posgrado y las salidas profesionales	2.3. Acogida y Orientación al Alumnado	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaboración y distribución de cuadernillo</li> <li>Inclusión del cuadernillo en la página web de la Facultad.</li> </ul>	NO	SÍ	ANUALMENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar y poner en marcha un plan de información al alumnado sobre la formación del Grado, los itinerarios curriculares, los estudios de posgrado y las salidas profesionales.</li> </ul>	Julio 2013	

OBJETIVO DE VISIÓN	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	DESPLIEGUE A PROCESOS	INDICADORES	OBJETIVOS INDICADORES		PLAZO META	ACCIONES ESTRATÉGICAS	PLAZO ACCIÓN
				LÍMITE INFERIOR. Por debajo requiere acción de mejora	META Resultado deseado			
Qué queremos lograr para el 2015	¿Qué debemos lograr de nuestros procesos, recursos y personas para alcanzar los objetivos de Visión?	Mediante qué procesos y procedimientos vamos a gestionar tales objetivos	¿En base a qué podremos decir que hemos logrado tales objetivos?			En qué plazo debe lograrse el valor de la meta	¿Qué acciones debemos llevar a cabo para lograr los objetivos estratégicos?	En qué plazo debe estar ejecutada la acción
<b>4. Maximizar la cooperación entre los distintos estamentos de la Facultad en la organización de actividades científicas y académicas y en la coordinación de las acciones de gestión</b>	Mejorar la comunicación interna en la Facultad (Departamentos, profesorado, PAS, alumnado, Consejo de Estudiantes, Junta de Facultad, Decanato...)	5.1. Gestión de la Información y de la Comunicación	Nº de reuniones informativas anuales con Directores/as de Departamento y Secretaría	3	6	ANUALMENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Generar una intranet (Sharepoint) de la Facultad que facilite la comunicación y difusión de la información</li> </ul>	2012/13
			Satisfacción media del PDI y PAS con la comunicación interna	2,5	3,5 (6)		<ul style="list-style-type: none"> <li>Revisar, actualizar e implantar el Plan de Comunicación interna del Centro.</li> <li>Emplear la plataforma UNIKUDE para facilitar la gestión en los Departamentos y Secretaría.</li> <li>Hacer visibles en la web los grupos y las líneas de investigación del Centro.</li> </ul>	2013/14
	Afianzar y desarrollar la plataforma Psikoplan	2.4 Planificación Docente 2.6 Coordinación de la Docencia y Guía Docente		NO	SÍ	MARZO 2013	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ofrecer la plataforma Psikoplan en bilingüe</li> <li>Promover la utilización de Psikoplan para la coordinación docente</li> </ul>	Marzo 2013
	Instituir Jornadas de Psicología en las que se den a conocer al alumnado, al PDI/PAS y al conjunto de la sociedad los proyectos en los que trabaja en la Facultad y otros asuntos de interés	1.2. Plan de Gestión Anual 5.1 Gestión de la Información y de la Comunicación	Jornadas diseñadas e implementadas	NO	SÍ	2013/14	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulsar a los Departamentos a que contribuyan con ideas y recursos a la organización de la Jornadas.</li> <li>Diseñar las Jornadas.</li> </ul>	Junio 2013
<b>5. Fomentar que la Facultad de Psicología sea un referente clave para organizaciones e instituciones empleadoras con relación a sus necesidades de creación y transmisión de conocimiento e innovación.</b>	Lograr que organizaciones e instituciones empleadoras conozcan la investigación que se desarrolla en la Facultad y sus resultados de innovación	5.1. Gestión de la Información y de la Comunicación	Plan de Marketing ejecutado	NO	SÍ	2013/14	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar Plan de Marketing</li> </ul>	Junio 2013
	Conocer las competencias requeridas por los centros de prácticas externas y el grado en que el alumnado dispone de ellas	2.6. Coordinación de la Docencia y Guía Docente 2.9. Formación complementaria 2.10. Orientación profesional e inserción laboral	Satisfacción de las empresas del practicum con la preparación de los alumnos	2,5	3,5 (6)	ANUALMENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar y administrar un cuestionario de evaluación de satisfacción para los centros de prácticas</li> </ul>	2012/13
			Satisfacción del alumnado con la formación recibida	2,5	3,5 (6)			

OBJETIVO DE VISIÓN	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	DESPLIEGUE A PROCESOS	INDICADORES	OBJETIVOS INDICADORES		PLAZO META	ACCIONES ESTRATÉGICAS	PLAZO ACCIÓN
				LÍMITE INFERIOR. Por debajo requiere acción de mejora	META Resultado deseado			
¿Qué queremos lograr para el 2015	¿Qué debemos lograr de nuestros procesos, recursos y personas para alcanzar los objetivos de Visión?	Mediante qué procesos y procedimientos vamos a gestionar tales objetivos	¿En base a qué podremos decir que hemos logrado tales objetivos?			En qué plazo debe lograrse el valor de la meta	¿Qué acciones debemos llevar a cabo para lograr los objetivos estratégicos?	En qué plazo debe estar ejecutada la acción
<b>6. Ser un Centro reconocido por su compromiso social.</b>	Mejorar los resultados de consumo responsable	4.3. Gestión de Recursos y Servicios	Reducción progresiva del gasto medioambiental anual	6.000€	4.500€	2013/14	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renovar el certificado Ekoscan</li> </ul>	2013/14
	Incrementar la colaboración con organizaciones con compromiso social	2.5. Prácticum y Prácticas Voluntarias	% alumnado que realiza prácticas en organizaciones con compromiso social	10%	25%	JULIO 2013	<ul style="list-style-type: none"> <li>Disponer y ofertar plazas de prácticas en organizaciones con compromiso social</li> </ul>	Anualmente
	Afianzamiento del Servicio de Psicología Aplicada	1.2. Plan de Gestión Anual	Valoración positiva por parte de los/as responsables del SPA con el apoyo proporcionado por el Centro	3	4 (6)	ANUALMENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitar apoyo al SPA para la dedicación de profesorado al mismo</li> </ul>	Anualmente
	Garantizar la equidad (accesibilidad) a las personas con discapacidad	4.3. Gestión de Recursos y Servicios	Requerimientos sobre personal discapacitado establecido por la UPV/EHU cubiertos	NO	SÍ	ANUALMENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Velar por el cumplimiento de la normativa vigente relativa a accesibilidad y personas con discapacidad</li> </ul>	Anualmente
	Promover la igualdad de género en la Facultad	1.2. Plan de Gestión Anual	Informe positivo sobre el grado de cumplimiento de los estándares y recomendaciones establecidas en la legislación vigente en materia de igualdad de mujeres y hombres	NO	SÍ	2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluar el grado de cumplimiento de las recomendaciones y estándares establecidos por la legislación vigente en materia de igualdad de mujeres y hombres.</li> </ul>	2013/14
							<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar y poner en marcha, si fuera necesario, acciones de mejora.</li> </ul>	2014/15
	Favorecer el uso paritario de las dos lenguas oficiales	5.1. Gestión de la información y de la comunicación	Satisfacción con el tratamiento de las dos lenguas oficiales (Juntas y Comunicación Interna Decanato)	2,5	3,5 (6)	ANUALMENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emplear las dos lenguas oficiales en las acciones de comunicación interna del Centro.</li> </ul>	Anualmente
			Informe positivo sobre el grado de cumplimiento de los estándares y recomendaciones establecidas en la legislación vigente en relación a la presencia, uso y gestión del euskera en el centro	NO	SÍ	2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluar el grado de cumplimiento de las recomendaciones y estándares establecidos por la legislación vigente en cuanto a la presencia, uso y gestión del euskera en el centro.</li> </ul>	2013/14
						<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar y poner en marcha, si fuera necesario, acciones de mejora en relación a la presencia, uso y gestión del euskera en el centro.</li> </ul>	2014/15	

OBJETIVO DE VISIÓN	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	DESPLIEGUE A PROCESOS	INDICADORES	OBJETIVOS INDICADORES		PLAZO META	ACCIONES ESTRATÉGICAS	PLAZO ACCIÓN
				LÍMITE INFERIOR. Por debajo requiere acción de mejora	META Resultado deseado			
Qué queremos lograr para el 2015	¿Qué debemos lograr de nuestros procesos, recursos y personas para alcanzar los objetivos de Visión?	Mediante qué procesos y procedimientos vamos a gestionar tales objetivos	¿En base a qué podremos decir que hemos logrado tales objetivos?			En qué plazo debe lograrse el valor de la meta	¿Qué acciones debemos llevar a cabo para lograr los objetivos estratégicos?	En qué plazo debe estar ejecutada la acción
<b>7. Incrementar el prestigio de la Psicología como ciencia, de la profesión de Psicólogo/a y de la Facultad, entre el alumnado potencial y los/las empleadores/as.</b>	Ampliar el conocimiento que tiene el alumnado potencial sobre las posibilidades que ofrece la Psicología en el ámbito laboral y de investigación.	2.1 Captación del alumnado 5.1 Información y comunicación	Grado de elección de la carrera por sus salidas profesionales (en la acogida)	2,5	3,5 (1-6)	ANUALMENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar Plan de Marketing</li> <li>Mejorar la cantidad y organización de la información recogida en la página web del Centro.</li> </ul>	Junio 2013
			Grado de elección de la carrera por interés en materias (en la acogida).	3	4 (1-6)		<ul style="list-style-type: none"> <li>Implantar Plan de Marketing</li> </ul>	2013/14
			Nota media de acceso en primera opción	5,2	6 (1-10/14)		<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantener actualizada la información de la página web del Centro</li> </ul>	Anualmente
			Satisfacción con las Jornadas de Puertas Abiertas	6	8 (1-10)			
	Ampliar el conocimiento que tienen las empresas contratadoras sobre las competencias de las personas graduadas y posgraduadas en Psicología.	5.1 Información y comunicación	Tasa de empleo encajado	60%	75%	ANUALMENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar Plan de Marketing</li> </ul>	Junio 2013
							<ul style="list-style-type: none"> <li>Implantar Plan de Marketing</li> </ul>	2013/14
	Aumentar la presencia de la Facultad en los medios de comunicación	5.1 Información y comunicación	Nº de demandas del gabinete de prensa de la UPV/EHU y medios de comunicación en las que se facilita el contacto con profesorado especializado del centro	5	10	ANUALMENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar Plan de Marketing</li> <li>Diseñar Jornadas de Psicología</li> </ul>	Junio 2013
							<ul style="list-style-type: none"> <li>Implantar Plan de Marketing</li> <li>Implantar Jornadas de Psicología</li> </ul>	2013/14
							<ul style="list-style-type: none"> <li>Facilitar el contacto entre el gabinete de prensa de la UPV/EHU y medios de comunicación con profesorado especializado del centro.</li> </ul>	Junio 2013