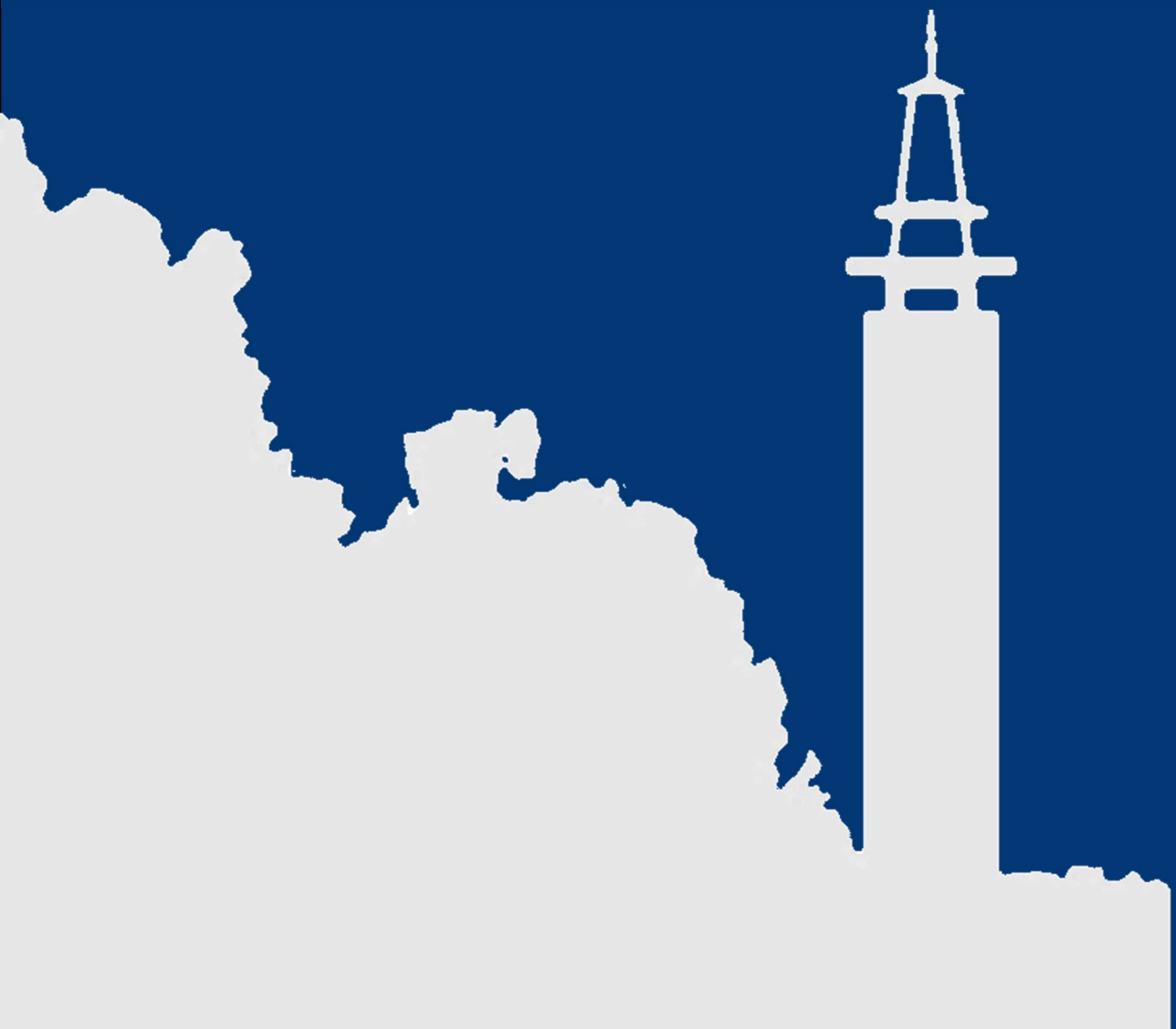
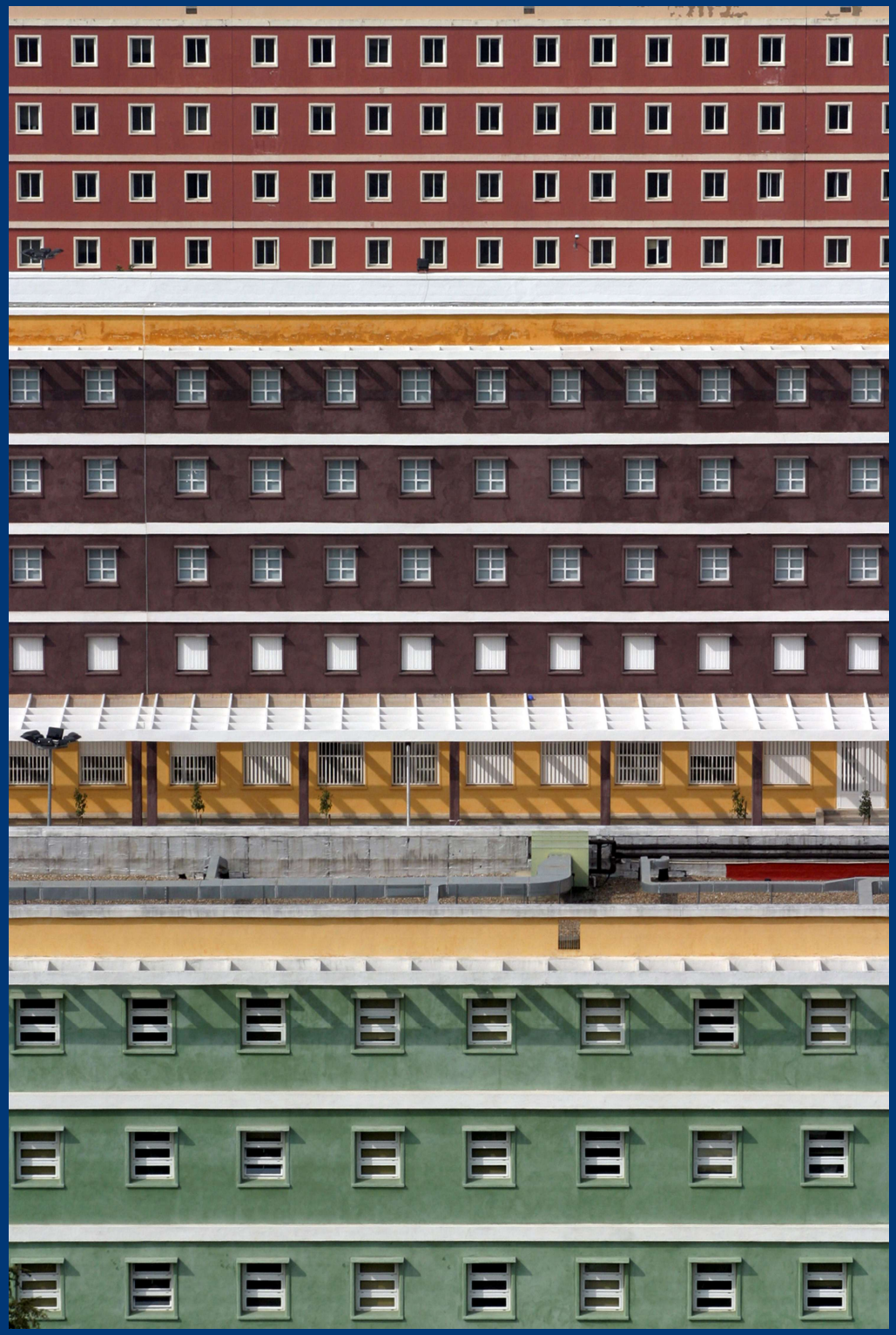
DOEM

Departamento de Organización de Empresas y Marketing

PLAN ESTRATÉGICO 2025-2027



UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE SEVILLA



ÍNDICE

1. Introducción

2. Desarrollo del plan

3. Misión, visión y valores

4. Propuestas por ámbito de actuación

Agradecimientos

INTRODUCCIÓN

El presente Plan Estratégico del Departamento de Organización de Empresas y Marketing de la Universidad Pablo de Olavide (UPO) establece las directrices y objetivos que guiarán la actividad académica, investigadora y de transferencia de conocimiento del departamento en los próximos tres años. En un contexto de cambio constante en el ámbito universitario, empresarial y tecnológico, es fundamental definir una estrategia clara que permita consolidar el papel del departamento como referente en docencia e investigación dentro de su campo de especialización.

Este documento responde a la necesidad de alinear las acciones del departamento con los planes estratégicos de la Facultad de Ciencias Empresariales y de la Universidad Pablo de Olavide, contribuyendo al desarrollo institucional mediante la excelencia académica, la innovación educativa y el fortalecimiento de la colaboración con el entorno socioeconómico. En este sentido, se han identificado las principales áreas de actuación para potenciar la calidad de la enseñanza, la actividad investigadora y la conexión con el tejido empresarial.

El Departamento de Organización de Empresas y Marketing tiene como misión la formación de profesionales altamente cualificados en el ámbito de la gestión empresarial, la estrategia organizativa y el marketing, combinando un enfoque teórico sólido con una perspectiva aplicada que favorezca la empleabilidad y el emprendimiento. Asimismo, fomenta una investigación de impacto que contribuya al avance del conocimiento y a la resolución de desafíos empresariales y sociales.

La elaboración de este plan se ha basado en un análisis riguroso del entorno académico y profesional, considerando tanto las fortalezas como las oportunidades y desafíos del sector. En este proceso, se ha contado con la participación de los diferentes grupos de interés.

A través de este Plan Estratégico, el Departamento de Organización de Empresas y Marketing se compromete a seguir impulsando la calidad educativa, la internacionalización, la innovación en la enseñanza y la investigación de vanguardia, contribuyendo de manera activa al progreso del conocimiento y al desarrollo del tejido empresarial y social.

DESARROLLO DEL PLAN

La comisión de plan estratégico y de calidad del departamento, con el propósito de diseñar un plan estratégico sólido y alineado con los retos y oportunidades del entorno académico, ha desarrollado un proceso de análisis y reflexión en colaboración con actores clave de la universidad. En este marco, se han mantenido reuniones con el Vicerrector de Estrategia, el actual Decano de la facultad y su predecesor, así como con las dos anteriores y la actual Directora del departamento, y el representante del estudiantado. Todos ellos han contribuido con una visión amplia e integral de la situación actual y de los desafíos que enfrenta nuestro departamento.

Como parte central de este proceso, se ha llevado a cabo un análisis DAFO, en el que se identificaron las fortalezas y debilidades, junto con las oportunidades y amenazas que influyen en el desarrollo del departamento. Las reuniones permitieron detectar una serie de temáticas comunes que fueron señaladas como prioritarias por todos los participantes, lo que evidencia una convergencia en la percepción de los principales desafíos y áreas de mejora.

Este diagnóstico ha proporcionado una base firme sobre la cual construir la planificación estratégica, garantizando que las futuras decisiones y acciones estén alineadas tanto con las necesidades del departamento como con los objetivos institucionales de la universidad. A partir de este análisis, se han definido líneas estratégicas que servirán como hoja de ruta para los próximos años, con el fin de fortalecer el desempeño del departamento, impulsar la innovación y mejorar la calidad de la docencia e investigación.

Además, este proceso ha fomentado una cultura de participación y compromiso entre los distintos miembros de la comunidad universitaria, promoviendo un sentido de corresponsabilidad en la definición del futuro del departamento. La colaboración activa de los distintos actores ha permitido no solo identificar problemas estructurales y oportunidades de crecimiento, sino también generar consensos en torno a las prioridades estratégicas. Esta dinámica participativa refuerza la legitimidad del plan y facilita su implementación, al contar con el respaldo y la implicación de quienes serán responsables de llevarlo a cabo. Así, el proceso estratégico no se ha limitado a un ejercicio técnico, sino que ha constituido un espacio de construcción colectiva orientado a la transformación y mejora continua del departamento.

MISIÓN

El Departamento de Organización de Empresas y Marketing de la Universidad Pablo de Olavide tiene como misión generar y transmitir conocimiento en organización empresarial, marketing y gestión estratégica. A través de una enseñanza innovadora y una investigación de excelencia, formamos profesionales capacitados para afrontar los desafíos empresariales y contribuir al desarrollo social y económico.

Fomentamos un aprendizaje crítico y aplicado, conectando el mundo académico con el entorno empresarial para impulsar la competitividad y sostenibilidad.

VISIÓN

Ser un referente en enseñanza, investigación y transferencia de conocimiento en organización de empresas y marketing, tanto a nivel nacional como internacional.

Aspiramos a liderar la formación de profesionales y la generación de soluciones innovadoras, apostando por la excelencia académica, la digitalización, el emprendimiento y la cooperación con el entorno empresarial e institucional. Nuestro crecimiento se fundamenta en el talento y bienestar de nuestro equipo, promoviendo un entorno de trabajo colaborativo y motivador.

VALORES

- **Personas y Colaboración:** Fomentamos un ambiente de confianza, apoyo mutuo y trabajo en equipo.
- **Ética y Responsabilidad:** Actuamos con integridad, transparencia y compromiso social.
- **Innovación y Creatividad:** Apostamos por la mejora continua en enseñanza, investigación y gestión.
- **Pasión por la Educación:** Inspiramos y formamos con vocación y compromiso.
- **Diversidad e Inclusión:** Promovemos la igualdad y el respeto a todas las personas.
- **Impacto Social:** Contribuimos al desarrollo económico y social con nuestra labor académica.

CULTURA Y PERSONAS

1. Desarrollo profesional
2. Formación orientada al bienestar
3. Cohesión del equipo

ACCIONES	RESPONSABLES	INDICADORES ANUALES
CP1. Plan de Carrera y Seguimiento Profesional: Implementar un sistema de acompañamiento del desarrollo profesional con seguimiento periódico y orientación, considerando la diversidad generacional.	Dirección del Departamento Profesorado consolidado	• Reuniones semestrales para definir los objetivos a alcanzar • Reuniones anuales para controlar el grado en que los objetivos se están o no alcanzando
CP2. Formación: Implementar talleres/actividades formativas orientados al bienestar personal que permitan mejorar la calidad de vida de los trabajadores, alineándose con los objetivos del departamento.	Dirección del Departamento	• Número de talleres/actividades impartidas
CP3. Fortalecimiento del equipo y celebración de logros: Fomentar la integración y el sentido de pertenencia mediante la organización de actividades sociales, culturales y de reconocimiento, incluyendo la instauración del "Día del Departamento" (9 de enero) como espacio para celebrar los esfuerzos colectivos e individuales.	Dirección del Departamento Comisión del Plan estratégico	• Actos realizados y número de profesorado participantes
CP4. Espacios de escucha y participación: Crear canales regulares de comunicación interna (encuestas, foros abiertos, buzón de sugerencias) para recoger propuestas, inquietudes y valoraciones del personal, fomentando una cultura participativa, inclusiva y orientada a la mejora continua.	Dirección del Departamento	• Número de iniciativas recogidas y contestadas

INVESTIGACIÓN

1. Colaboración externa
2. Transferencia y difusión del conocimiento
3. Apoyo a la incorporación y formación investigadora

ACCIONES	RESPONSABLES	INDICADORES ANUALES
I1. Colaboraciones internacionales. Establecer alianzas con otras universidades y centros de investigación nacionales y extranjeros para proyectos conjuntos.	Comisión de investigación del departamento	• Número de contactos establecidos con universidades y centros internacionales • Participación en reuniones o foros internacionales
I2. Transferencia de conocimiento. Organizar foros en los que se presenten los resultados de los grupos de investigación a empresas y la sociedad.	Grupos de investigación Dirección del departamento	• Número de foros de transferencia organizados. • Participación de empresas y profesionales (% de asistencia)
I3. Difusión de ayudas a la incorporación de investigadores relevantes. Informar sobre ayudas, becas e incentivos disponibles para facilitar la incorporación de nuevos investigadores al sistema. Se utilizarán medios digitales, materiales informativos y sesiones divulgativas.	Dirección del departamento	• Número de solicitudes recibidas • Número de personal incorporado
I4. Jornadas presentación líneas de investigación. Dar a conocer las líneas de investigación para facilitar la participación de otros investigadores.	Comisión de investigación del departamento	• Número de jornadas celebradas • Número de líneas de investigación presentadas por investigadores del departamento
I5. Organizar formación en herramientas digitales y no digitales para la investigación.	Comisión de investigación del departamento	• Número de jornadas/talleres/cursos

DOCENCIA

1. Fomento de la formación docente continua
2. Impulso de espacios colaborativos e innovadores
3. Vinculación de la docencia con el entorno profesional

ACCIONES	RESPONSABLES	INDICADORES ANUALES
D1. Organizar y promover cursos de formación sobre metodologías docentes para el profesorado del departamento. Estos cursos estarán enfocados en metodologías activas, uso de tecnologías educativas, evaluación formativa y diseño de experiencias de aprendizaje centradas en el estudiante.	Responsable de formación permanente y seminarios internos Iniciativas: Todo el profesorado	• Número de cursos/seminarios organizados
D2. Fomentar el intercambio de experiencias docentes. Organización anual de Jornadas de Innovación Docente, en las que el profesorado pueda compartir buenas prácticas, proyectos, resultados de investigaciones educativas y experiencias significativas relacionadas con la docencia.	Responsable de formación permanente y seminarios internos Iniciativas: Todo el profesorado	• Organización de, al menos, un encuentro anual
D3. Creación de Comunidades de Aprendizaje Docente. Impulsar grupos de trabajo colaborativo entre docentes para intercambiar ideas, recursos y mejorar la práctica educativa.	Dirección del Departamento Comisión de Docencia	• Número de reuniones realizadas
D4. Colaborar con empresas o instituciones para que los estudiantes desarrollen soluciones aplicadas en sus trabajos fin de grado o fin de máster.	Comisión de Docencia Comisiones Académicas de Máster Comisión de Relaciones Externas	• Número de TFG o TFM resultantes

PROYECCIÓN EXTERIOR

1. Visibilidad y Comunicación Activa
2. Vinculación y Redes Profesionales
3. Innovación y Colaboración Docente

ACCIONES	RESPONSABLES	INDICADORES ANUALES
PE1. Presencia activa en redes sociales: Usar LinkedIn para difundir las actividades del Departamento y fortalecer su visibilidad académica y profesional.	Dirección del Departamento Profesorado	• Número de publicaciones mensuales relacionadas con logros, eventos y actividades del departamento • Incremento en el número de seguidores en la red social LinkedIn (% anual)
PE2. Organización de eventos y webinars: Organizar por grupos de conocimientos, eventos con profesionales y antiguos alumnos sobre temáticas relevantes y salidas profesionales, así como visitas a empresas dirigidas al profesorado.	Comisión Relaciones Externas	• Número de eventos organizados anualmente (jornadas, congresos, seminarios)
PE3. Creación de Red de Alumni Embajadores y profesores asociados: Crear una red de exalumnos destacados y profesores asociados, actuales y anteriores, que actúen como embajadores del Departamento en foros, eventos y actividades académicas, fortaleciendo el vínculo con la comunidad universitaria.	Comisión Relaciones Externas	• Número de exalumnos involucrados en actividades del departamento • Número de profesores asociados actuales y/o anteriores involucrados en actividades del departamento
PE4. Colaboración con asociaciones y empresas locales: Conectar con entidades locales para organizar actividades y eventos conjuntos.	Comisión Relaciones Externas	• Actividades organizadas conjuntamente (talleres, seminarios)
PE5. Reactivación de las actividades en los Clubes empresa UPO.	Comisión Relaciones Externas	• Número de profesorado participante
PE6. Colaboradores externos para nueva docencia: Buscar e incorporar colaboradores adecuados a la formación permanente y microcredenciales, manteniéndose abiertos a nuevas propuestas de formación.	Profesorado del Departamento	• Número de colaboradores adheridos a cursos

AGRADECIMIENTOS

Queremos expresar nuestro sincero agradecimiento a todas las personas que han participado en la elaboración de este Plan Estratégico. Su colaboración ha sido fundamental para construir una visión compartida del presente y futuro de nuestro departamento.

Agradecemos especialmente al Vicerrector de Estrategia, José Antonio Sánchez Medina; al decano actual, Álvaro López Cabrales; y a su predecesor, Jesús Cambra Fierro; así como a las anteriores y la actual directora del departamento, Carmen Cabello Medina, Inés Herrero Chacón y Beatriz Palacios Florencio, respectivamente, por su disponibilidad, aportaciones valiosas y compromiso con este proceso. También queremos destacar la participación del representante del estudiantado José Luis Gutiérrez Castaño, cuya perspectiva ha enriquecido de manera significativa el enfoque del plan.

Asimismo, extendemos nuestro reconocimiento a todo el profesorado que, a través de su *feedback*, ha contribuido a dar forma a este documento. La suma de todas estas voces ha hecho posible una planificación estratégica realista, inclusiva y orientada a la mejora continua.

La Comisión Estratégica y de Calidad del Departamento de Organización de Empresas y Marketing

Beatriz Palacios Florencio
Joaquín García Cruz
José Luis Barbero Navarro
Juan Carlos Real Fernández
Mª Dolores de la Rosa Navarro
Mª Dolores Gallego Pereira
Santiago Kopoboru Aguado

* Por orden alfabético

UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE SEVILLA

Departamento de Organización
de Empresas y Marketing