

	<p>PLAN ESTRATÉGICO PARA AUMENTAR EL NÚMERO DE ALUMNOS MATRICULADOS</p> <p>Indicador: Número de alumnos matriculados por curso académico</p>	<p>BUENA PRÁCTICA 2010-2011 Centro Asociado: Baza Contacto 1: Josefa Martínez. Dirección Contacto 2: Juan Manuel Guiote. COIE (958) 86 12 36</p>
---	--	---

Planificación

El centro Asociado a la Uned en Baza tiene como misión: *“Ofrecer una formación universitaria de calidad y ser el referente cultural de Baza y nuestra área geográfica de influencia”*. Uno de los objetivos fundamentales de nuestro centro es incrementar el número de alumnos matriculados en formación reglada.

En la reunión de planificación del curso 2007/2008, el Equipo Directivo en aras a hacer realidad nuestra misión analiza la trayectoria vital del centro, observándose que el parámetro "número de alumnos matriculados", venía siendo decreciente en los últimos años. Tras un análisis más exhaustivo desde la apertura del centro en el curso académico 1994/1995 hasta el curso 2007/2008 (ver indicador en resultados), se observa como en los primeros cursos existe una tendencia alcista en cuanto al número de alumnos matriculados, hasta el curso académico 2000/2001 en el que se produce un decremento de un centenar de alumnos. Una explicación plausible de este efecto podría encontrarse en la apertura de otro centro asociado a la Uned en la provincia de Granada. Al analizar los cursos siguientes se observa un decremento paulatino en el número de alumnos matriculados, por lo que se decide establecer un plan estratégico para solventar e invertir la situación.

Desarrollo

El plan estratégico se dividió en una serie de medidas que integraban a todo el equipo humano del Centro Asociado a la Uned en Baza, incluso la creación de nuevas figuras que no se contemplaban hasta entonces en nuestro centro. Se realizaron varias reuniones con objeto de concienciar a todo el personal bajo el firme convencimiento de que trabajar en equipo es la capacidad de trabajar conjuntamente hacia un objetivo común. La capacidad de renunciar a ambiciones personales y fundir logros personales con los objetivos del conjunto, lo que haría que consiguiéramos unos resultados extraordinarios. Las medidas o acciones deben entenderse de forma que unas complementan a otras, todas ellas subyugadas al siguiente principio: *“El alumno es el auténtico protagonista de la Uned”*.

Estrategia 1: Concienciación y sensibilización de la relevancia de la Uned para la sociedad bastetana y su zona geográfica de influencia:

A) Se estrecharon lazos entre las instituciones más relevantes de la provincia granadina y nuestra universidad, presentándonos formalmente en aquellas con las cuales no existía relación o ésta era escasa, estableciendo colaboraciones culturales y pidiendo apoyo para con nuestra institución, en muchos casos formalizado a través de distintos convenios.

B) Presentación en los principales medios de comunicación de la zona; participación activa y continua en programas y entrevistas en los distintos medios, con objeto de dar a conocer la Uned en general, las distintas formaciones a las que se puede acceder desde nuestra universidad y de forma particular las distintas actividades que se desarrollan en nuestro centro.

C) Celebración del Acto de Inauguración siguiendo las líneas de actuación que el equipo directivo anterior había implantado en cuanto a su solemnidad, relevancia y trascendencia, centrando el protagonismo en nuestro alumnado.

D) Celebración del día institucional de la UNED, con charlas informativas, conferencias y talleres de interés cultural para nuestro entorno, jornadas de puertas abiertas y visitas a los IES de la ciudad.

Estrategia 2: Marketing:

A) Nombramiento de un *“jefe de prensa”* destinado a asegurar la participación periódica en los distintos medios de comunicación, haciendo más visible todas las actividades y acontecimientos desarrollados en la Uned en Baza, con la colaboración y participación de la dirección del Centro, de alumnos, tutores, coordinadores y P.A.S, COIE, e invitados de excepción de las diversas actividades culturales y académicas llevadas a cabo, con presencia en las distintas páginas webs, de ámbito local y nacional.


B) Diseño de *“campana de publicidad”* atractiva con cuñas de radio y anuncios de prensa que se incrementaban de manera significativa en periodos críticos de matriculación.

Estrategia 3: Aumento de las actividades de Extensión Universitaria

A nuestro juicio, incrementar el número de actividades de extensión era fundamental para conseguir más alumnos, cuanto más rica y variada fuese nuestra oferta cultural más conocidos y atractivos seríamos. Por ello continuamos con la ofertar de cursos de verano y cursos propios de nuestro centro, instando a los tutores más dinámicos y emprendedores a que propusiesen y llevaran a cabo cursos, jornadas, talleres etc. Dicha medida ha sido un éxito en el impacto de la Uned en toda la geografía granadina, almeriense, murciana y jienense, obteniendo las mismas distinciones y reconocimiento por parte de nuestro alumnado y nuestro potencial alumnado. Esta medida viene reforzándose en cada nuevo curso académico, realizando un gran esfuerzo por adecuar los precios de inscripción en las distintas actividades con la ubicación de la zona y de la situación económica actual.



Estrategia 4: Nombramiento del Coordinador del COIE

	<p>PLAN ESTRATÉGICO PARA AUMENTAR EL NÚMERO DE ALUMNOS MATRICULADOS</p> <p>Indicador: Número de alumnos matriculados por curso académico</p>	<p>BUENA PRÁCTICA 2010-2011 Centro Asociado: Baza Contacto 1: Josefa Martínez. Dirección Contacto 2: Juan Manuel Guiote. COIE (958) 86 12 36</p>
---	--	---

La vitalidad del centro se incrementa con la creación de dicha figura. Entre las actividades más relevantes se encuentran: plan de acogida, asesoramiento vocacional y profesional del alumnado, plan de reclutamiento de alumnos, charlas informativas en institutos, creación de convenios de prácticas remuneradas, creación de cursos encaminados a facilitar la integración y desarrollo de los alumnos en la Uned, como cursos de técnicas de estudio, informática, manejo de Alf y WebCT, control de la ansiedad ante los exámenes, habilidades sociales, etc. Se trata de ofrecer la mejor atención a nuestros alumnos.

Estrategia 5: Un P.A.S más cercano, más humano y centrado en nuestro alumnado:



El compromiso de nuestro personal con los alumnos ha sido una prioridad absoluta, ya que es el primer contacto que el alumno tiene con la UNED. El trato de nuestro personal es cercano y personalizado y absolutamente profesional, traspasando en muchas ocasiones las obligaciones propias del puesto de trabajo. Ejemplo de ello es la ayuda en la cumplimentación de cualquier documento: becas, matriculas, cursos y las distintas gestiones administrativas con la Sede Central..., (incluso se han dispuesto medios audiovisuales y tutorías de ayuda con estos fines).

Estrategia 6: Incremento en cantidad y calidad de las tutorías:

Se establecen reuniones periódicas para optimizar los recursos tutoriales y se incrementa el número de tutorías que el centro imparte de manera presencial o virtual.

Estrategia 7: Dotación e incremento de las infraestructuras tecnológicas; con el objeto de que los alumnos puedan disponer de estos medios en el centro, especialmente los que no disponen de ellos en su residencia habitual, se han instalado puestos informáticos de libre acceso en la sala multiusos, en biblioteca, así como en los laboratorios de CUID e informática, creándose un Aula específica para la recepción de tutorías a través del Campus, además de la instalación de tres Aulas AVIP.



Estrategia 8: Expansión territorial del Centro Asociado a la UNED en Baza: con objeto de acercar la oferta formativa de nuestro centro a las comarcas del Altiplano Granadino, se han abierto dos Aulas de Extensión Universitaria en las vecinas ciudades de Guadix y Huéscar, dando cumplimiento a uno de los principios básicos de la Uned que es la de facilitar el acceso a la Universidad a toda persona interesada, independientemente de su lugar de residencia.

Revisión y mejora:

La revisión y mejora de nuestras estrategias es continua, pero la planificación de las mismas viene recogida en el plan anual de centro, donde se establecen además los indicadores y reuniones pertinentes con el fin de obtener retroalimentación acerca del grado de consecución de las distintas acciones relevantes.



PLAN ESTRATÉGICO PARA AUMENTAR EL NÚMERO DE ALUMNOS MATRICULADOS

Indicador: Número de alumnos matriculados por curso académico

BUENA PRÁCTICA 2010-2011

Centro Asociado: Baza

Contacto 1: Josefa Martínez. Dirección

Contacto 2: Juan Manuel Guiote. COIE (958) 86 12 36

Resultados:

Se puede observar, como las estrategias correctivas y de mejora llevadas a cabo de forma reglada a partir del curso académico 2007/2008 para aumentar el número de alumnos matriculados, han obtenido el resultado esperado. La tendencia ahora de matriculación es alcista, obteniendo en este último curso académico valores muy cercanos a su máximo histórico 1999/2000 y teniendo la firme convicción de que éste será superado en los cursos venideros.

