



PLAN DE

INVESTIGACIÓN

ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL

-Centros con adscripción-

ENERO 2022-AGOSTO 2022



OBJETIVO 1. ADAPTACIÓN, ORGANIZACIÓN Y PROCESOS NUEVA REALIDAD ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL

PLAN 1.1. Puesta en marcha y estructura organizativa adecuada para la Dirección de Investigación y la Dirección de Transferencia de Resultados

Se va a reorganizar el rol de las direcciones de investigación de los campus adscritos a Universidades (Barcelona, Valencia y Zaragoza). En este sentido, se buscarán nuevas vías para fomentar la proactividad en la gestión de ayudas y la comunicación, el seguimiento de sus propios grupos de investigación, la participación en los congresos globales, etc.

PLAN 1.2. Consolidar las actividades científicas y de transferencia

Entre las actividades descritas, se desarrollan una serie de indicadores para alcanzar en los siguientes campos:

- 1.2.1. Ayudas de investigación. Se prevén alcanzar los siguientes números:
 - o Artículos científicos: 22 (15 en Valencia, 2 en Barcelona y 2 en Zaragoza).
 - o Casos de estudio: 8 (6 en Valencia, 1 en Barcelona y 2 en Zaragoza).
 - o Número de nuevos acreditados por conversión o contratación: 4 en Valencia, 2 en Barcelona y 2 en Zaragoza.
- 1.2.2. Alcanzar al menos 600 citas en Web of Science
- 1.2.3. Desarrollo del Laboratorio de ODS (Valencia)
- 1.2.4 Implementación de la Cátedra de Pensamiento Crítico (Valencia)

- 1.2.5 Desarrollo del MOOC de Barbara Oakley (Valencia).
- 1.2.6. Gestión eficiente del congreso IMAT (Valencia).
- 1.2.7. Lograr el siguiente número de acreditaciones del profesorado (comúnmente conocidos como sexenios de investigación): 8 en Valencia, 2 en Barcelona y 3 en Zaragoza.

PLAN 1.3. Optimización de infraestructuras y formatos

Mediante este objetivo se quieren consolidar iniciativas y recursos previamente empleados. En este contexto, se persigue

- 1.3.1 Gestión eficiente de los grupos existentes en cada campus (con especial consideración al plan 1.1. previamente mencionado).
- 1.3.2. La actualización de la web de investigación de ESIC Business & Marketing School.
- 1.3.3. La optimización de los cursos de formación mediante la colaboración intercampus y la utilización de nuevas tecnologías.

esic