Memoria de resultados siguiendo los criterios para la certificación de los Sistemas de Garantía de la Calidad implantados en los Centros - IMPLANTA

Aprobada por la Junta de Facultad en sesión ordinaria el día 21 de enero de 2026

CRITERIO 1. INFORMACIÓN PÚBLICA

El Centro tiene implantados procesos que garantizan la publicación de información actualizada de sus

A continuación se analizan los distintos subcriterios planteados en el modelo IMPLANTA y se informa sobre su cumplimiento, así como se evidencia a través de enlaces o explicaciones, como se desarrolla en el centro.

ANÁLISIS DEL CRITERIO 1. INFORMACIÓN PÚBLICA

Valoración del criterio realizado por el equipo directivo

Se quiere dejar constancia de que la responsabilidad de concluir la Memoria de Resultados, conforme a los criterios establecidos para la certificación de los Sistemas de Garantía de la Calidad implantados en los Centros (IMPLANTA), ha correspondido al actual Equipo Decanal, en cuya representación ha intervenido la Vicedecana de Profesorado, Titulaciones, Ordenación Académica y Calidad, Dña. María Jesús Fernández Torres. Debe señalarse que dicho Equipo inició su mandato tras las elecciones celebradas en diciembre de 2024, asumiendo sus funciones en materia de Calidad a partir del ejercicio 2025, mientras que los datos objeto de la Memoria se refieren al curso académico 2023-24. En este contexto, la intervención de la responsable de Calidad se ha circunscrito a la supervisión formal del documento, a la incorporación de los apartados pendientes de cumplimentar y a la validación de la información previamente elaborada por el Equipo Decanal anterior.

El Centro dispone de un sistema consolidado de información pública que garantiza la difusión actualizada, accesible y transparente de sus actividades académicas, resultados y servicios a los diferentes grupos de interés. Dicho sistema se articula a través de diversos canales —página web del Centro, campus virtual como herramienta de comunicación interna, listas de distribución institucionales y redes sociales— cuyo funcionamiento se encuentra recogido y sistematizado en el proceso Sub07PA04.

Durante el curso académico 2023/2024 se ha reforzado la recogida y el análisis de información relacionada con la percepción de los grupos de interés sobre la información pública, observándose un incremento significativo de la participación del estudiantado en el cuestionario de satisfacción del SGC, que ha pasado del 18% en el curso anterior al 28,76%, superando las 500 respuestas. Asimismo, la satisfacción global del estudiantado con el sistema se sitúa en 3,41 puntos sobre 5, mejorando los resultados del curso precedente.

Esta información cuantitativa se ha complementado con evidencias de carácter cualitativo, a través de la realización de seis grupos de discusión —uno por cada título de grado y máster— que han permitido profundizar en la percepción del estudiantado sobre la accesibilidad, claridad y utilidad de la información disponible.

No obstante, la valoración específica del estudiantado sobre la información pública disponible en la página web del Centro se mantiene en niveles moderados (2,52 puntos), similares a los del curso anterior, a pesar del incremento de contenidos y actualizaciones realizadas. Desde el equipo directivo se interpreta este resultado como un indicio de la necesidad de seguir mejorando la estructura, visibilidad y navegabilidad de la información, así como de reforzar las acciones de difusión orientadas a facilitar su localización y uso por parte del estudiantado.

Por su parte, el profesorado manifiesta un alto grado de satisfacción con la información pública disponible, con una valoración media de 4,12 puntos, y una satisfacción general con el Centro de 3,74 puntos.
En coherencia con estos resultados, el Centro ha incorporado en su Plan de Mejora acciones orientadas a optimizar el acceso y la organización de la información pública en la web, reforzando su difusión y seguimiento en el curso académico en vigor. En conjunto, la valoración del presente criterio es positiva, si bien se identifican áreas de mejora vinculadas a la percepción del estudiantado, que están siendo abordadas mediante acciones específicas de mejora continua.

PROCESOS DEL SGC UTILIZADOS PARA GESTIONAR ESTE CRITERIO

TIPO DE PROCESO	DENOMINACIÓN PROCESO	OBJETIVO
APOYO CENTRO	Sub07PA04. Información y comunicación en la Facultad de Ciencias de la Comunicación	El objetivo de este subproceso es describir cómo se gestiona la información y la comunicación en la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

SUBCRITERIOS

	Subcriterio del modelo IMPLANTA	Cumplimiento	Evidencias y/o explicación del cumplimiento del subcriterio.
1.1	El Centro presenta evidencias del funcionamiento del proceso de información que publica: Cómo recoge la información, la controla, la revisa periódicamente y mejora de forma continua	SÍ	El centro cuenta con diferentes herramientas de información pública para los grupos de interés, especialmente profesorado y alumnado. Estas herramientas -página web, campus virtual como Intranet, listas de distribución y redes sociales- se utilizan para hacer llegar a todos los públicos la información de interés. El centro cuenta con evidencias del proceso de información, y en el plan de mejora se incluyen y revisan las acciones oportunas. Además, la información pública del centro recibe una buena valoración. Toda esta información está recogida en el mapa de procesos del centro, publicado en la página web el criterio 1, en el proceso Sub07PA04.
1.2	El Centro, o las personas responsables asignadas toman decisiones sobre la información que se publica teniendo en cuenta la participación, la utilidad de la información y las necesidades detectadas de los diferentes grupos de interés_El centro analiza	SÍ	La responsabilidad de la gestión de la página web del Centro recae en el vicedecanato de Movilidad y Comunicación y la Secretaría de la facultad, con la excepción de la información de los títulos. Según los datos aportados por el equipo gestor durante el curso, cada semana el equipo de decanato se reúne para trabajar en la agenda y diferentes aspectos que afectan a la marcha y las actividades programadas y se valora en equipo qué contenidos se comparten en la página. En esta línea, se tienen en cuenta también las peticiones de diferentes grupos de interés -profesorado y alumnado- que siempre se valoran y, con criterios objetivos y de igualdad, se toman las decisiones de qué compartir y en qué canales. Las decisiones adoptadas se reflejan en el Plan de Mejora y en las actas del equipo decanal. Toda esta información está plasmada en el mapa de procesos del centro, publicado en la página web en el criterio 1, en el proceso Sub07PA04
1.3	El Centro incluye en el Plan de mejora, el seguimiento de las acciones que han llevado o pretenden llevar a cabo, como resultado de revisión del análisis de la información publicada y la revisión periódica del proceso de información pública_El centro	SÍ	Durante el pasado curso 2022/2023, y como consecuencia de los informes provisional y definitivo de la Agencia Andaluza con motivo de la acreditación IMPLANTA se incorporaron diferentes métricas para la medición de la página web del centro y de los títulos, con el objetivo de identificar mejor las páginas más visitadas y cruzar esta información con la valoración y satisfacción de la información pública entre los diferentes grupos de interés, datos que ya se venían manejando desde hace varios cursos académicos. Así, de acuerdo con los datos obtenidos de visitas de la página web del centro, se observa una tendencia claramente ascendente en entradas, visitantes únicos y páginas vistas. Toda esta información está recogida en el mapa de procesos del centro, publicado en la página web el criterio 1, en el proceso Sub7PE03

1.4	El Centro presenta evidencias del análisis de los resultados obtenidos a través del canal de atención de quejas / reclamaciones / alegaciones / sugerencias, que le permite la recoger información de todos los diferentes grupos de interés	SÍ	Durante el curso 2022/2023, el Centro recibió 24 quejas y sugerencias, relativas en su mayoría a incidencias docentes, sobre la marcha de algunas materias y coordinación y secuenciación de contenidos. Esto ha permitido identificar áreas recurrentes de mejora en coordinación docente y planificación académica. Los datos se pueden analizar de manera desagregada, o en su conjunto en el siguiente enlace https://www.uma.es/calidad/cms/menu/quejas-sugerencias-y-felicitaciones/

EVIDENCIAS

Nº	Evidencia requerida
1	Web del Centro
3	Plan de mejora que incluya el seguimiento en el tiempo de acciones definidas derivadas de la toma de decisiones de losdiferentes procesos destinadas a satisfacer y resolver, las necesidades o debilidades detectadas, identificando las personas uórganos responsables de dichas acciones, un plazo de ejecución, un sistema de seguimiento y los indicadores para lamedición de su ejecución y metas a conseguir
4	Manual de Calidad vigentes y revisiones
11	Análisis del seguimiento de los resultados de la información recogida en el proceso de quejas / reclamaciones / alegaciones /sugerencias presentadas y atendidas referidas a las titulaciones del Centro.
22	Referencias normativas de aplicación que afectan al alumnado, aprobadas, actualizadas y públicas
23	Despliegue de las acciones de orientación al alumnado o y del plan de acción tutorial, debe recoger, en su caso acciones referidas respecto a cada uno de los títulos

INDICADORES (cuando el indicador se mide en porcentaje o sea una tasa el valor aparece de 0 a 1)

TIPO ESTUDIO	CÓDIGO	INDICADOR	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24
GRADO	IN28	IN28 IPD estudiantes	3,27		2,88	3,12
	IN52	IN52 Satisfacción del profesor con la información pública del título en la web	3,54	4,56	3,75	3,92
MÁSTER	IN28	IN28 IPD estudiantes	3,27	3,78	2,2	1,92
	IN52	IN52 Satisfacción del profesor con la información pública del título en la web	3,64	4,37		4,33

ACCIONES DE MEJORA EN PROCESO

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CURSO	DENOMINACIÓN	Titulación
2020-21	Se recomienda continuar con la iniciativa de facilitar el acceso a la web de los discapacitados y de las empresas	GRADUADO/A EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
2020-21	Se recomienda continuar con la iniciativa de facilitar el acceso a la web de los discapacitados y de las empresas	GRADUADO/A EN PERIODISMO
2020-21	Se recomienda continuar con la iniciativa de facilitar el acceso a la web de las personas con discapacidad y de las empresas	GRADUADO/A EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
2021-22	DIFUSIÓN ENTRE EL ESTUDIANTADO WEB DEL TÍTULO	
2023-24	Se recomienda ampliar la información de las pestañas, en particular las de prácticas externas y el TFG	GRADUADO/A EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CRITERIO 2. POLÍTICA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD

2.1.El Centro tiene una política de calidad y objetivos estratégicos públicos vinculados a su Sistema de Garantía de la Calidad.
2.2. El Centro tiene implantados procesos que garantizan la recogida, el análisis y la utilización de información (resultados, datos e indicadores) para la toma de decisiones y la mejora de la calidad de las enseñanzas.
2.3. El Centro tiene implantados procesos para asegurar la mejora continua de sus programas formativos.

A continuación se analizan los distintos subcriterios planteados en el modelo IMPLANTA y se informa sobre su cumplimiento, así como se evidencia a través de enlaces o explicaciones, como se desarrolla en el centro.

ANÁLISIS DEL CRITERIO 2. POLÍTICA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD

Valoración del criterio realizado por el equipo directivo

La Facultad de Ciencias de la Comunicación dispone de una política de aseguramiento de la calidad claramente definida, alineada con la política de calidad de la Universidad de Málaga y plenamente integrada en su Sistema de Garantía de la Calidad (SGC), que se encuentra implantado, actualizado y operativo.

Durante el curso académico 2023/2024 se ha continuado reforzando la recogida, análisis y utilización sistemática de la información procedente de los distintos grupos de interés, con el objetivo de fundamentar la toma de decisiones y la mejora continua de los programas formativos. En este sentido, se ha registrado un incremento significativo en la participación del estudiantado en el cuestionario del SGC (IN45), alcanzándose 505 respuestas, lo que supone una tasa del 28,76%, más de diez puntos porcentuales por encima del curso anterior. El nivel de satisfacción global se sitúa en 3,41 puntos sobre 5.
En relación con el profesorado (IN51), se ha producido igualmente un aumento notable de la participación, con 58 docentes, que otorgan una valoración media de 3,71 puntos a los títulos, lo que permite disponer de una base de análisis más representativa que en cursos anteriores.

La información cuantitativa obtenida a través de los indicadores del SGC se ha complementado con evidencias cualitativas procedentes de seis grupos de discusión realizados durante el curso, uno por cada título de grado y máster, que han permitido identificar áreas de mejora recurrentes, especialmente en relación con la actualización de recursos técnicos, el refuerzo de contenidos prácticos y la coordinación docente.

A partir del análisis conjunto de estos resultados, el Centro ha adoptado diversas decisiones orientadas a la mejora continua, entre las que destacan el refuerzo de las acciones de coordinación horizontal y vertical, la intensificación de las actividades de sensibilización sobre la importancia de la participación en las encuestas de calidad y la implementación de estrategias de recogida de información presencial en las aulas.

El análisis conjunto de los indicadores asociados a este criterio permite identificar una tendencia general de mejora en la participación de los grupos de interés, especialmente del estudiantado y del profesorado, lo que contribuye a reforzar la representatividad y fiabilidad del sistema de recogida de información.. Este incremento progresivo de la participación evidencia la consolidación del Sistema de Garantía de la Calidad del Centro y su capacidad para generar información relevante que sustente la toma de decisiones orientadas a la mejora continua.

Si bien se reconoce que la participación de determinados colectivos en algunos instrumentos de evaluación continúa siendo mejorable, el equipo directivo realiza una valoración global positiva del funcionamiento del Sistema de Garantía de la Calidad y de su capacidad para generar información relevante, apoyar la toma de decisiones y promover la mejora continua de los programas formativos. En coherencia con ello, se han incorporado nuevas acciones al Plan de Mejora del Centro, orientadas a consolidar estas dinámicas en cursos posteriores.

PROCESOS DEL SGC UTILIZADOS PARA GESTIONAR ESTE CRITERIO

TIPO DE PROCESO	DENOMINACIÓN PROCESO	OBJETIVO
ESTRATÉGICO CENTRO	Sub07PE03. Medición, análisis y mejora en la Facultad de Ciencias de la Comunicación	Determinar cómo se miden y analizan los resultados para la mejora en la Facultad de Ciencias de la Comunicación.
ESTRATÉGICO CENTRO	Sub07PE01. Planificación Estratégica en la Facultad de Ciencias de la Comunicación	**El objetivo de este subproceso es establecer cómo se realiza la planificación estratégica en la Facultad de Ciencias de la Comunicación** Definir las líneas estratégicas de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Alinear todas las decisiones que afecten a planificación con dichas líneas
APOYO CENTRO	Sub07PA05. Mantenimiento del SGC en la Facultad de Ciencias de la Comunicación	Asegurar la gestión, el mantenimiento y la actualización constante del Sistema de Garantía de Calidad en la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

SUBCRITERIOS

	Subcriterio del modelo IMPLANTA	Cumplimiento	Evidencias y/o explicación del cumplimiento del subcriterio.
2.1.1	El Centro presenta evidencias de que tiene definidas las responsabilidades y los grupos de interés adecuados que garantizan el correcto funcionamiento de los procesos definidos en el SGCC y la recogida de la información para la revisión periódica de	sí	Desde julio de 2020, en una apuesta por profundizar en estas políticas, en el organigrama de la Facultad de Ciencias de la Comunicación se cuenta con un vicedecanato de Calidad e Innovación, que asume la responsabilidad de coordinar todo el despliegue del SGC del centro, y de priorizar y proponer medidas desde el equipo de dirección. Este área trabaja en estrecha colaboración con el Servicio de Calidad, Planificación Estratégica y Responsabilidad Social de la Universidad de Málaga, y el vicedecanato de Organización Académica, Profesorado e Igualdad y las coordinaciones de cada uno de los títulos que se imparten que se encargan de la elaboración de los informes y el seguimiento de los planes de mejora. Estos equipos de trabajo mantienen reuniones periódicas con el objetivo de garantizar la coordinación, y cuentan con un espacio creado para el trabajo colaborativo en la plataforma Teams, además de un grupo de WhatsApp para urgencias. Para la preparación de dichos informes, desde los servicios centrales de Calidad de la Universidad se facilita la información de seguimiento de los títulos, a través del observatorio de resultado e indicadores, una base de datos para preparar y hacer el seguimiento de los planes de mejora, basado en la recogida de datos a través de diferentes fuentes como matrículas, evaluaciones, encuestas y grupos de discusión implementados en el centro a partir del curso 2020/2021. En concreto, en la Facultad de Ciencias de la Comunicación la estructura para asegurar el cumplimiento y seguimiento de las políticas de Calidad queda de la siguiente manera: • Junta de Facultad, donde se encuentran representados los diferentes grupos de interés -profesorado, alumnado, personal

de administración y servicios- elegidos por votación directa y ponderada

- Equipo decanal, que cada jueves en horario de 10,30 a 12,30 se reúne para la puesta en común de lo ocurrido la semana anterior y para la planificación de la siguiente, así como para la coordinación de todas las acciones

- Comisiones del Centro. En este caso, la Comisión Académica y de Calidad y las Comisiones Académicas de Máster -Creación Audiovisual y Artes Escénicas; en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación; en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional

- Coordinación de titulaciones de Grado -Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas.

- Coordinación de titulaciones de máster - Creación Audiovisual y Artes Escénicas; en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación; en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional-

Esta estructura se complementa con las coordinaciones de prácticas y Trabajo Fin de Grado, por cada uno de los títulos de grado, y la coordinación de Trabajo Fin de Máster para los tres títulos de posgrado; con el objetivo de poder personalizar y acercar más la gestión de estos asuntos con el alumnado.

Asimismo, cada curso se coordinan reuniones periódicas con el estudiantado a través de sus representantes en el Consejo de Estudiantes para la recogida de información sobre las cuestiones que preocupa, afecta o valora el estudiantado del Centro y en relación con la política de calidad de la Facultad y sus objetivos estratégicos. En este sentido, se ha creado un grupo de WhatsApp que permite una comunicación constante y fluida con los miembros de la representación estudiantil.

La Comisión Académica de Calidad y las diferentes Comisiones de Máster, se reúnen al menos tres veces al año, dejando constancia en sus actas y acuerdos en la página web; y entre sus funciones, de acuerdo con sus reglamentos, están las de debatir los informes anuales de seguimiento de los títulos y la toma de decisiones para incluir en el plan de mejora, que aprueba posteriormente la Junta de Facultad y se publican los acuerdos en la página web y difunden entre los grupos de interés. Todos estos procedimientos están definidos en el mapa de procesos del Centro, y en concreto, toda la política del SGC en la ficha PA05 “Mantenimiento del SGC”.

Para recoger la información, para la elaboración de los informes de seguimiento, la facultad cuenta con la información facilitada por el servicio de Calidad, organizada en el Observatorio de Resultados de Títulos de la Universidad de Málaga. Para completar esta información, desde el curso 2020/2021, con el apoyo de dicho servicio, se programan una vez al curso diferentes grupos de discusión con alumnado, profesorado y personal de administración y servicios.

La comunicación con el alumnado y el profesorado se apoya no solo en la página web y las redes sociales. También se utiliza como canal interno y directo la Sala de Estudiantes de Grado y Posgrado y la Sala de Profesorado, como se detalla en los apartados de información pública y de orientación.

Este proceso de revisión periódica garantiza la actualización continua de la política de calidad del Centro.

2.1.2	El Centro presenta evidencias de que tiene definida una política de calidad alienada con los objetivos estratégicos_Presenta evidencias de que la actualizan, se revisa periódicamente basándose en los resultados obtenidos durante la aplicación del SG	**SÍ**	La Facultad de Ciencias de la Comunicación, aprobó el 19 de noviembre de 2009 en su Junta de Facultad, su Manual de Sistema de Garantía de Calidad, revisado por la Comisión de Garantía de Calidad del Centro el 28 de octubre y por el Vicerrectorado de Calidad, Planificación Estratégica y Responsabilidad Social de la Universidad de Málaga el 29 de ese mismo mes. Dicho SGC obtuvo el informe positivo de la ANECA en marzo de 2010, con la propuesta de algunas mejoras, entre las que destacaba la revisión de los indicadores. En dicho Manual se describe el Sistema de Garantía de Calidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, la estructura del Centro para su desarrollo, la política y los objetivos de calidad de los programas formativos, la orientación al aprendizaje, sobre la política sobre el personal académico y de apoyo, los recursos materiales y servicios Resultados de la formación, así como el mapa de procesos y listado de indicadores y las fichas de indicadores. En la sesión ordinaria de la Junta de Facultad celebrada el 30 de junio de 2011, se aprobó la reducción de indicadores del Manual del Sistema de Garantía de la Calidad del Centro (MSGC) En julio de 2012, se aprobó la renovación de la Comisión de Garantía de Calidad en la Junta de Facultad; y en mayo de 2013, se aprobó su nueva composición. Ese mismo mes -mayo de 2013- la Comisión inició las tareas de revisión del Sistema de Garantía de Calidad del Centro con el apoyo y asesoramiento del servicio técnico de Calidad de la Universidad de Málaga. Posteriormente, en noviembre y diciembre de 2014, llevó a cabo los diferentes trabajos de revisión del, de sus objetivos, mejoras y especialmente de los indicadores y las fichas del mapa de procesos; que quedaron aprobados en la sesión del 8 de enero de 2015. La evolución de este proceso, aprobado finalmente en la Junta de facultad de 2015, así como la toma de decisiones posteriores se puede revisar en las actas y acuerdos de la Comisión de Garantía de Calidad. La Comisión Académica y de Calidad del centro -que une las anteriores comisiones de Ordenación Académica y de Garantía de Calidad-, cuyo reglamento se aprobó la sesión ordinaria de la Junta de Facultad del día 30 de noviembre de 2020, se reúne con carácter ordinario, al menos 3 veces al año, dejando constancia de ello en las actas compartidas en la página web. Entre las funciones de esta comisión, se encuentran el debate, aprobación y estudio de los informes anuales de cada una de las titulaciones, elaborados por la coordinación de grados, dependientes del vicedecanato en materia de Calidad. Dichos informes deben ser aprobados posteriormente en la Junta de Facultad. En la misma línea, las comisiones académicas de másteres del centro asumen las mismas funciones y tareas, desarrolladas, en este caso, junto con la coordinación de cada máster. Dicha comisión está formada por la decana del Centro, los vicedecanatos de Ordenación Académica y de Calidad, tres profesores/as que impartan docencia en el Máster, elegidos por acuerdo del Consejo del Departamento con mayor participación en la docencia del título del Máster, una persona en representación del alumnado y recientemente, tras la modificación del reglamento, y su aprobación en Junta de Facultad, se ha incorporado también la figura de la coordinación de TFM. Son, por tanto, estos órganos, los encargados de definir y aprobar los objetivos estratégicos de manera anual, tras la revisión y análisis de las memorias anuales y la escucha y debate con los diferentes grupos de interés.

			La Facultad de Ciencias de la Comunicación cuenta con su propio Plan de Calidad, adaptado del de la Universidad, y Manual sobre Organización y Gestión de la Calidad, aprobado en la Junta de Facultad celebrada el 26 de octubre de 2022, en el que se exponen los fundamentos y el alcance del SGC implantado en el Centro, para garantizar la calidad de las titulaciones impartidas, así como el compromiso del mismo y de la propia Universidad de Málaga en el cumplimiento y mejora de sus obligaciones de docencia, investigación, gestión y transferencia. La Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga ha obtenido la certificación positiva del Sistema de Garantía de la Calidad IMPLANTA, el nuevo programa de certificación andaluz de escuelas y facultades enfocado a los títulos universitarios de grado y máster. La Consejería de Universidad, Investigación e Innovación, a través de la Dirección de Evaluación y Acreditación (DEVA), ha certificado positivamente al centro tras superar con éxito todas las dimensiones evaluadas.
2.1.3	El Centro presenta evidencias de que toma decisiones basadas en los resultados obtenidos relacionadas con el despliegue de la política de calidad y los objetivos estratégicos, en la que participan los diferentes grupos de interés_El centro analiza y	**SÍ**	Entre las conclusiones, fruto del análisis y el debate sobre la información y la elaboración de los informes de seguimiento de los diferentes títulos, se ha observado: • Desde el curso 2020/2021, para reforzar los datos cuantitativos que se obtienen a través del observatorio de resultados, se programan al final del curso, entre julio y septiembre, diferentes grupos de discusión con el profesorado y alumnado de cada título y con personal de administración y servicios, para estudiar mejoras en los procesos. Así, por ejemplo, en los últimos años, se ha elaborado información específica sobre diferentes procedimientos administrativos para el profesorado, el alumnado y de servicios por parte del personal de SICAU - reserva de aulas y espacios, gestor de peticiones, mapa de procesos específicos- • Para incrementar el número de respuestas de las encuestas de los diferentes grupos de interés, en coordinación con los servicios centrales de calidad de la Universidad de Málaga, se ha trabajado en un sistema de seguimiento de la tasa de respuesta en directo del número de respuestas y se informa al profesorado y al alumnado en cada semestre a través de la Sala de Profesorado y de Estudiantes. Desde el curso 2022-2023, el equipo gestor ha procedido a realizar la encuesta de calidad del Centro en una asignatura obligatoria por título, y se ha explicado al alumnado su importancia y funcionamiento. Se ha logrado un incremento importante en la tasa de respuestas. • Ante el incremento en los últimos años de estudiantes que no procedían a la defensa de los TFG en la primera convocatoria, desde el curso 2020/2021 se implementaron medidas que continúan vigentes. Se han reforzado las sesiones de orientación, y se celebran una en el mes de mayo, y otra, en septiembre, con el objetivo de facilitar al alumnado toda la información tanto académica como administrativa con más tiempo. Estas sesiones se convocan a través de la Sala de Estudiantes. • En el caso de los títulos de posgrado sucedía algo similar. En este caso, se han tomado dos decisiones que conviene destacar. Se ha reforzado el apoyo al alumnado y al profesorado con la figura de coordinación de TFM, incorporada en el curso actual, tras su aprobación en la Junta de Facultad, y

			se ha diseñado un cuestionario para consultar al alumnado las razones específicas del retraso y así poder tomar decisiones al respecto. • En el informe de renovación del título de posgrado del Máster en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación se detectó la necesidad de incorporar a la comisión académica a la coordinación de la Universidad de Cádiz, al tratarse de un título conjunto, además de impulsar diferentes acciones de coordinación. • Fruto del análisis realizado en los grupos de discusión del alumnado, se detectaron algunas cuestiones relacionadas con la secuenciación de contenidos o posibles solapamientos en asignaturas afines, y desde la coordinación de cada Grado y de Másteres se iniciaron en el curso 2021/2022 reuniones verticales y horizontales. Estas decisiones evidencian la utilización efectiva de los resultados del SGC en la mejora de los programas formativos.
2.1.4	El Centro incluye en el Plan de mejora, el seguimiento de las acciones que han llevado o pretenden llevar a cabo, como resultado de revisión periódica de la Política de calidad y objetivos definidos_El centro analiza los resultados obtenidos.	**SÍ**	Con carácter general, cada curso académico, durante el primer trimestre del año, se procede a la elaboración de las memorias de los títulos y del centro, a partir de los cuales se adoptan las decisiones oportunas, que se incorporan al plan de mejora junto con las recomendaciones para su seguimiento, remitiéndose posteriormente al órgano o persona responsable en cada caso. No obstante, en la presente ocasión, debido al cambio del Equipo Decanal, las memorias de los títulos fueron realizadas conforme a la temporalización habitual, mientras que la memoria de Centro experimentó un retraso derivado de las dificultades encontradas al no hallarse completada y requerir una revisión exhaustiva. Esta circunstancia no ha afectado al seguimiento ni a la implantación de las acciones de mejora previstas. Dicha memoria ha quedado definitivamente elaborada y con todos los datos consignados en el mes de septiembre.

2.1.5	El Centro presenta evidencias de la rendición de cuentas de forma periódica a los diferentes grupos de interés sobre los resultados alcanzados	**SÍ**	La Comisión Académica de Calidad se reúne con carácter ordinario, al menos tres veces al año, dejando constancia de ello en las actas compartidas en la página web. Entre sus funciones se encuentran el estudio, debate y aprobación de los informes anuales de cada una de las titulaciones, elaborados por la coordinación de grados, dependientes del vicedecanato en materia de Calidad. Dichos informes se aprueban posteriormente en la Junta de Facultad. Tanto la Comisión Académica y de Calidad como las Comisiones Académicas de Máster realizan a lo largo del curso académico las tareas continuadas valorar el análisis y el seguimiento de las mejoras recogidas en los informes por parte de la coordinación de cada título, para garantizar la implantación del SGC, que se reflejan en las actas de las diferentes sesiones, cuyos acuerdos son publicados en la página web. Desde los vicedecanatos con las competencias de Ordenación Académica y de Calidad, junto con el equipo de dirección, se valora la memoria anual, así como toda la información disponible para la mejora de los títulos. El seguimiento de todo ello se realiza a través de la información obtenida de los indicadores del SGC, las encuestas y los grupos de discusión realizados con todos los grupos de interés, siempre en función de las líneas estratégicas del centro y los planes de mejora. Todo esto se incluye en las memorias anuales de los títulos y está visible en la página web del centro, en el espacio dedicado a Calidad. La reflexión y la valoración de estos datos se realiza en las reuniones periódicas del equipo de dirección del centro y junto con la coordinación de títulos, que se celebran al menos una vez al semestre, para valorar también cualquier incidencia al comienzo y hacia la finalización del curso, y posteriormente se informa y debate en la Comisión Académica y de Calidad y la Comisión Académica de Máster. Asimismo, se ha asumido el compromiso de compartir esta información con todos los grupos de interés y la sociedad en general a través de las redes sociales y la página web del Centro, a través de noticias, vídeos e infografías resumen con la información de interés y los compromisos asumidos para siguientes cursos.
2.2.1	El Centro dispone de un sistema de gestión de la información sistematizado y actualizado que permite la recogida ágil, fiable y completa de la información y los resultados de los programas formativos (alumnado matriculado, créditos reconocidos y pro	**SÍ**	La Facultad de Ciencias de la Comunicación, a través de los servicios centrales de Calidad de la Universidad, cuenta con un sistema de gestión y medición de la información actualizado que recoge los datos de los últimos cinco cursos académicos, basado en los diferentes indicadores definidos en el Sistema de Garantía de Calidad de la Universidad de Málaga, y que permite la realización de una radiografía del estado de las titulaciones y del funcionamiento del centro, así como realizar un seguimiento detallado de las mejoras propuestas en las memorias anuales de centro y de títulos. Toda esta información, recogida en el observatorio de resultados de títulos de la Universidad de Málaga permite conocer y estudiar todo lo relacionado con los programas formativos (alumnado matriculado, créditos reconocidos y procedimiento seguido, académicos, de inserción laboral y satisfacción de los diferentes grupos de interés, en su caso, prácticas externas y movilidad) Esta información se puede encontrar en la página web de cada título y también en la sección de calidad del centro.

2.2.2	El Centro dispone controla, revisa periódicamente y mejora de forma continualos resultados (alumnado matriculado, créditos reconocidos y procedimiento seguido, académicos, de inserción laboral y satisfacción de los diferentes grupos de interés, en s	**SÍ**	Como se ha señalado, toda la información recogida es valorada anualmente por el equipo de dirección, en una de sus sesiones de los jueves, así como por la Comisión Académica y de Calidad y las Comisiones Académicas de Másteres del máster en Creación Audiovisual y Artes Escénicas, Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación y máster en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional Posteriormente se informa, y en caso de introducirse modificaciones, se aprueban en la Junta de Facultad. Esta información está disponible en la página web de calidad de la Facultad.
2.2.3	El Centro incluye en el Plan de mejora, el seguimiento de las acciones que han llevado o pretenden llevar a cabo, basadas en los resultados y toma de decisiones para la mejora de los títulos bajo su alcance (alumnado matriculado, créditos reconocido	**SÍ**	Como se ha indicado más arriba, anualmente la coordinación de cada título elabora una memoria anual, en la que se analizan los resultados y las mejoras propuestas los años anteriores, y a partir de ahí se toman decisiones y recogen nuevas mejoras. Tanto las antiguas propuestas, sobre las que se evalúa el grado de cumplimiento y en su caso, se especifica el estado o se cierran, como las nuevas quedan recogidas en una base de datos con todo el histórico con los últimos cinco cursos académicos; para su consulta por los grupos de interés y, si procede por los evaluadores externos de los títulos. Además, en las propias memorias anuales de Centro y de títulos se incluye una reflexión sobre la evolución de las mejoras, basado en el seguimiento del histórico en la base de datos mencionada.
2.2.4	El Centro presenta evidencias del funcionamiento del procedimiento de revisión del sistema de garantía de calidad, basado en elanálisis de los resultados obtenidos (mejora continua de procedimientos, detección de necesidades y propuestas de mejora).	**SÍ**	Como se ha señalado más arriba, cada curso, durante el primer trimestre del año, se elaboran los informes de seguimiento o memorias de títulos y del centro, a partir de los cuales se toman diferentes decisiones, que se incorporan al plan de mejora y recomendaciones para su seguimiento, y se traslada al órgano o persona responsable en cada caso. Al curso siguiente, se revisa el calendario y el grado de cumplimiento de estas propuestas y se informa de su situación en ese momento, si está finalizada o en marcha.

2.3.1	El Centro tiene definida las responsabilidades parar garantizar el funcionamiento adecuado de los procesos vinculados aldiseño, la revisión y la mejora de los programas formativos, así como para el análisis y la mejora de dichos procesos.	**SÍ**	La Facultad de Ciencias de la Comunicación tiene definido su organigrama y estructura para asegurar el cumplimiento y seguimiento de las políticas de Calidad queda de la siguiente manera: • Junta de Facultad, en que se encuentran representados los diferentes grupos de interés -profesorado, alumnado, personal de administración y servicios- elegidos por votación directa y ponderada • Equipo decanal, que cada jueves en horario de 10,30 a 12,30 se reúne para la puesta en común de de lo ocurrido la semana anterior y para la planificación de la siguiente, así como para la coordinación de todas las acciones • Comisiones del Centro. En este caso, la Comisión Académica y de Calidad y las Comisiones Académicas de Máster -Creación Audiovisual y Artes Escénicas; en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación; en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional • Coordinación de titulaciones de Grado -Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicación y Relaciones Públicas- • Coordinación de titulaciones de máster - Creación Audiovisual y Artes Escénicas; en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación; en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional- Esta estructura se complementa con las coordinaciones de prácticas y Trabajo Fin de Grado, por cada uno de los títulos de grado, y la coordinación de Trabajo Fin de Máster para los tres títulos de posgrado; con el objetivo de poder personalizar y acercar más la gestión de estos asuntos con el alumnado.

2.3.2	El Centro presenta evidencias de que recoge información, la analiza y realiza el seguimiento de los resultados de su ofertaformativa de forma que toma decisiones e identifica acciones de mejora en sus programas formativos y le permite adoptarmodific	**SÍ**	Normalmente en el primer trimestre del año, la coordinación de cada título elabora un informe de seguimiento, con la colaboración los responsables de prácticas y TFG o TFM; y coordinados por los vicedecanatos competentes, que mantienen contacto permanente, como ya ha recogido el equipo gestor durante el curso 2023/2024, a través de un canal en Teams para compartir documentos y trabajos y un grupo de Whatssap para algunas urgencias que puedan surgir en el día a día. Entre las decisiones y modificaciones más relevantes en los últimos cursos, destacan: • Fruto de una reflexión y un análisis profundo sobre la oferta formativa del Centro, en la Comisión Académica y de Calidad de la Facultad, en las reuniones de equipo decanal y del equipo de dirección de la Universidad de Málaga, en mayo de 2021 se aprobó en Junta de Facultad y junio de 2021 en Consejo de Gobierno, el Programa Conjunto de Estudios Oficiales (PCEO) del Grado en Ciencias Políticas y de la Administración por la Universidad de Granada y Grado en Periodismo por la Universidad de Málaga en una apuesta de futuro inmediato, y de acuerdo con las líneas estratégicas recogidas en la ficha PE01 del mapa de procesos, y que entra en vigor en el curso 22/23. En la misma línea y para el curso 23/24, se comenzará a impartir el PCEO del Grado en Turismo, y Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, ambos de la Universidad de Málaga (también está culminado en este caso todo el procedimiento de aprobación en la Junta de Facultad y en Consejo de Gobierno). • Se propone introducir un nuevo sistema de seguimiento de las prácticas profesionales que se recoge en las memorias de títulos de Grado. El objetivo principal es conocer el desarrollo académico del alumnado de esta asignatura optativa. Esta encuesta tiene dos partes, de obligatorio cumplimiento. En primer lugar, se establece un cuestionario inicial antes del desarrollo de las prácticas y uno final, tras el desempeño de dicho periodo. Los resultados tendrán fines docentes e investigadores.
2.3.3	El Centro incluye en el Plan de mejora, el seguimiento de las acciones que han llevado o pretenden llevar a cabo, basadas en losresultados de su oferta formativa	**SÍ**	Todas las acciones de mejora que se incluyen en los informes y memorias de seguimiento anuales se procesan además en la base de datos del plan de mejora de la Universidad de Málaga. En este marco, la persona responsable de cada proceso y de cada acción - coordinaciones de títulos, TFG, TFM o vicedecanato con competencias en la mejora correspondiente, en coordinación con el Vicedecanato de Calidad e Innovación, realiza su revisión al menos una vez al año, a partir del análisis de los datos procedentes del Observatorio de Resultados y de la información cualitativa obtenida a través de los grupos de discusión.

2.3.4	El Centro presenta evidencias de que tieneprevisto, o en su caso ha utilizado, el proceso que permite la extinción de los títulos y,en su caso, a la luz de los resultados obtenidos, de la política y objetivos definidos, aplicarlo asegurando las medi	**SÍ**	En el supuesto de extinción de uno de los títulos de Grado o de Máster Universitario impartidos en el Centro es de aplicación la normativa a nivel nacional, autonómico y de la Universidad de Málaga, debiéndose tener en cuenta dos puntos: La extinción del título y garantizar a los estudiantes su derecho a finalizar dichos estudios (criterios especificados en la ficha de procesos PC03).

EVIDENCIAS

Nº	Evidencia requerida
12	Documentación que evidencie la participación de los grupos de interés en el diseño, revisión y seguimiento de los programas formativos

INDICADORES (cuando el indicador se mide en porcentaje o sea una tasa el valor aparece de 0 a 1)

TIPO ESTUDIO	CÓDIGO	INDICADOR	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24
GRADO	IN45	IN45 Respuestas encuesta estudiantes	306	37	44		311	499
		IN45 Tasa de respuesta del cuestionario de estudiantes del SGC	0,18	0,02	0,03		0,19	0,31
	IN46	IN46 Nº respuestas encuesta egresados	109	32	20	120	109	316
		IN46 Tasa de respuesta cuestionarios egresados	0,33	0,1	0,05	0,4	0,33	0,96
	IN51	IN51 Participación cuestionarios de profesores SGC	0,25	0,11	0,19	0,06	0,02	0,35
MÁSTER	IN45	IN45 Respuestas encuesta estudiantes	34	6	9	7	15	6
		IN45 Tasa de respuesta del cuestionario de estudiantes del SGC	0,3	0,05	0,07	0,05	0,12	0,05
	IN46	IN46 Nº respuestas encuesta egresados	12	8	4	21	21	37
		IN46 Tasa de respuesta cuestionarios egresados	0,2	0,14	0,07	0,36	0,33	0,58
	IN51	IN51 Participación cuestionarios de profesores SGC	0,26	0,04	0,12	0,2		0,24

ACCIONES DE MEJORA EN PROCESO

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CURSO	DENOMINACIÓN	Titulación
2025-26	Potenciar la importancia de la mejora continua en Calidad	
2025-26	Mejora de la difusión y participación en las políticas de Calidad	

CRITERIO 3. PERSONAL DOCENTE E INVESTIGADOR

El Centro tiene implantados procesos que garantizan la capacitación, competencia y cualificación del personal con actividad docente

A continuación se analizan los distintos subcriterios planteados en el modelo IMPLANTA y se informa sobre su cumplimiento, así como se evidencia a través de enlaces o explicaciones, como se desarrolla en el centro.

ANÁLISIS DEL CRITERIO 3. PERSONAL DOCENTE E INVESTIGADOR

Valoración del criterio realizado por el equipo directivo

El Centro cuenta con un personal docente e investigador cualificado y suficiente para atender adecuadamente las necesidades de los distintos títulos de grado y máster que conforman su oferta académica. En los últimos cinco cursos académicos se ha producido un proceso sostenido de estabilización de la plantilla, incrementándose el porcentaje de profesorado funcionario desde el 44,42% en el curso 2018/2019 hasta el 57,2% en el curso 2023/2024. Asimismo, el 92,28% del profesorado cuenta con el título de doctor/a, lo que evidencia un alto nivel de cualificación académica.

En relación con la satisfacción del profesorado con los títulos, el indicador IN48 muestra una valoración media de 3,74 puntos sobre 5 en el curso 2023/2024. Este resultado debe interpretarse teniendo en cuenta el incremento significativo del número de respuestas recibidas, que ha pasado de 4 en el curso anterior a 39 en el actual, lo que aporta una base de análisis más amplia y representativa. En este sentido, el Centro considera que esta variación responde, en parte, a una mayor participación y diversidad de opiniones, más que a un deterioro objetivo de la calidad docente.

Por su parte, la satisfacción del estudiantado con la planificación docente y los sistemas de evaluación (IN30 e IN31) se mantiene en niveles elevados, lo que refleja un adecuado desempeño del profesorado en el desarrollo de la actividad docente.

El análisis de los resultados y de la información cualitativa obtenida a través de los distintos instrumentos del Sistema de Garantía de la Calidad ha puesto de manifiesto la conveniencia de seguir reforzando la coordinación docente entre asignaturas, tanto en los títulos de grado como de máster, con el objetivo de mejorar la coherencia, evitar solapamientos y optimizar la secuenciación de contenidos. En coherencia con ello, esta línea de actuación viene siendo impulsada activamente por las coordinaciones de títulos, así como por las figuras de coordinación de TFG y TFM, que han intensificado su labor en los últimos cursos académicos.

Desde una perspectiva global, los indicadores asociados a este criterio muestran una evolución positiva en términos de estabilidad, cualificación del profesorado y satisfacción del estudiantado, lo que permite realizar una valoración favorable del personal docente e investigador del Centro. No obstante, se continúa trabajando en la mejora de los mecanismos de coordinación y evaluación docente como parte del compromiso del Centro con la mejora continua.

PROCESOS DEL SGC UTILIZADOS PARA GESTIONAR ESTE CRITERIO

TIPO DE PROCESO	DENOMINACIÓN PROCESO	OBJETIVO
CLAVE CENTRO	Sub07PC04. Coordinación de la docencia en la Facultad de Ciencias de la Comunicación	El objetivo de este proceso es describir cómo se realiza la coordinación de la docencia en la Facultad de Ciencias de la Comunicación.
APOYO CENTRO	Sub07PA03. Gestión de personal en la Facultad de Ciencias de la Comunicación	El objetivo de este subproceso es describir como se gestiona el personal docente y administrativo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación

SUBCRITERIOS

	Subcriterio del modelo IMPLANTA	Cumplimiento	Evidencias y/o explicación del cumplimiento del subcriterio.
3.1 **EVIDENCIAS**	El Centro presenta evidencias de que están definidas las responsabilidades que garantizan que se aplican procedimientos para larecogida de la información que detecten necesidades de personal académico adecuado a las características de los Títulos,impl	SÍ	En el Manual sobre Organización y Gestión de la Calidad de la Universidad de Málaga se define la política de personal académico. Complementariamente, el diseño de la oferta formativa y la acreditación y seguimiento de los títulos descrita en el PE02 avala el ajuste entre el desempeño de la actividad académica y los mecanismos de detección de los recursos de profesorado en consonancia con el Plan de Ordenación Docente para estudios de Grado y Máster de la Universidad de Málaga. Los informes anuales de seguimiento y la coordinación horizontal y vertical liderada por las respectivas coordinaciones de Grados y de Máster y descritas en PC04 permite valorar la evolución del título contrastando la información pública, las memorias de verificación y la evaluación de las diferentes encuestas sobre el funcionamiento del Centro y sus servicios realizadas entre los diferentes grupos de interés, así como las encuestas de satisfacción docente por asignaturas y grupos de discusión garantizan contar con la información precisa para detectar las necesidades y/o para contar con criterios de adecuación suficientes en la planificación del personal docente e investigador (PA03).
3.2	El Centro presenta evidencias de que recibe información útil que analiza, y detecta e identifica necesidades de profesorado paracada programa formativo grado o máster, según las características de estos (por ejemplo: tipo de enseñanza-presencial,semip	SÍ	La gestión de personal académico, de administración y servicios y de apoyo a la docencia, así como la plantilla de PDI se realiza según las directrices marcadas por la Universidad de Málaga para todos los centros. En el caso del PDI son los Departamentos los órganos responsables de aprobar las peticiones de plazas de profesorado que remiten al vicerrectorado competente. La selección de personal en la Facultad de Ciencias de la Comunicación está sujeta a lo establecido en el Título Segundo de los Estatutos de la Universidad de Málaga en cuanto a ordenación de recursos humanos atendiendo a criterios de eficacia Todos los procesos selectivos están regulados por normativas centralizadas por el Servicio de PDI y la Gerencia de la UMA en función del tipo de personal: • Dotación de PDI contratado • Dotación de PDI de Cuerpos Docentes Universitarios • Plan de Ordenación de los Recursos Humanos del PAS La gestión y organización de los recursos humanos de PDI está

regulada anualmente, de acuerdo con lo establecido en el Plan de Ordenación Docente de la UMA.

En la Universidad de Málaga todavía no se ha implantado el Programa DOCENTIA-UMA, seguimos con un procedimiento transitorio de evaluación de la actividad docente del profesorado. Toda la información sobre este programa se publica en la página web del Servicio de Calidad.
Actualmente, con el procedimiento transitorio DEL PROGRAMA DOCENTIA, todos los cursos se envía a los Decanos/Directores de los Centros la información sobre los resultados de la encuesta de opinión del alumnado sobre la actuación docente del profesorado a nivel de profesor y título.
Se hace un especial seguimiento a aquellos aspectos que aseguran la experticia del personal docente referido a la coordinación de las asignaturas como la entrega de actas en plazo; presentación de Programas de las asignaturas en los plazos establecidos; asistencia a reuniones de coordinación y planificación de la docencia; asistencia a tutorías y cumplimiento de la docencia conforme al Reglamento del Procedimiento para la Verificación de las Actividades Docentes (sistema de verificación de la impartición de clases, especificado en PC04). Otro servicio con el que se cuenta y que contribuye a la evaluación es la Inspección de Servicios, que vela por el correcto funcionamiento de los servicios y lleva a cabo el seguimiento y control general de la actividad universitaria, sobre todos los centros, departamentos, servicios y unidades dependientes de la Universidad de Málaga, así como respecto a todo su personal, tanto docente e investigador, como de administración y servicios. Anualmente, la Inspección realiza actuaciones programadas en la Facultad en coordinación con el Decanato, emitiendo los respectivos informes de incidencias en caso procedente.

La selección de personal en la Facultad de Ciencias de la Comunicación está sujeta a lo establecido en el Título Segundo de los Estatutos de la Universidad de Málaga en cuanto a ordenación de recursos humanos. El Consejo de Gobierno, teniendo en cuenta las necesidades derivadas del Plan Estratégico de la Universidad de Málaga y atendiendo a criterios de eficacia, aprueba la Relación de Puestos de Trabajo del Personal Docente e Investigador, así como sus modificaciones por ampliación, minoración o cambio de denominación de plazas. La Relación de Puestos de Trabajo (RPT) es el instrumento técnico a través del cual la Universidad de Málaga realiza la ordenación de su personal docente e investigador, de acuerdo con sus necesidades docentes e investigadoras.

Asimismo, respecto al Personal de Administración y Servicios, el Consejo de Gobierno acuerda, a propuesta de la Gerencia, y previa negociación con los órganos de representación del personal, los planes de ordenación de recursos humanos y, en su caso, relaciones de puestos de trabajo, con el fin de conseguir la máxima eficacia, eficiencia y calidad en la prestación de los servicios y en el desarrollo de las funciones propias del personal de administración y servicios.

Todos los procesos selectivos están regulados por normativas centralizadas por el Servicio de PDI y la Gerencia de la UMA en función del tipo de personal:

- Dotación de PDI contratado
- Dotación de PDI de Cuerpos Docentes Universitarios
- Plan de Ordenación de los Recursos Humanos del PAS

La gestión y organización de los recursos humanos de PDI está

			regulada anualmente, de acuerdo con lo establecido en el Plan de Ordenación Docente de la UMA. De este modo, los Departamentos realizan la asignación de la docencia con arreglo a los recursos humanos con los que cuentan y el régimen correspondiente de dedicación a la docencia de cada miembro del Departamento. Además, la Facultad ha de tener conocimiento de las propuestas de modificación de los planes de ordenación de recursos humanos realizadas por los Departamentos y que afecten a plazas de PDI que imparte docencia en el centro. Toda esta planificación ha de ser aprobada en los respectivos Consejos de Departamento y Juntas de Facultad. Se cuenta con dos indicadores que avalan este criterio, así el IN22 señala que el porcentaje de profesorado funcionario es el 57,20%, ligeramente inferior al año anterior, y el IN 26 expresa que el 92,28% del profesorado tiene el grado de Doctor/a, lo que indica un alto grado de adecuación.
3.3	El Centro presenta evidencias de que tiene identificadas las necesidades detectadas, la toma decisiones y define acciones en las quepromueve la formación del profesorado mediante una oferta formativa adecuada y los resultados obtenidos permiten valora	**SÍ**	Anualmente, las Direcciones de Departamentos realizan una evaluación de necesidades de personal que es analizada conjuntamente con el Vicerrectorado del Personal Docente e Investigador (PDI), teniendo en cuenta la participación académica del Departamento, la capacidad docente, contando con jubilaciones, reducciones de jornada y el régimen de dedicación individual. Todo ello aplicando la Normativa Reguladora de la Planificación Docente de la UMA. Acordadas las necesidades de personal, los Departamentos aprueban en sus respectivos Consejos las nuevas propuestas de personal siguiendo el procedimiento establecido por la UMA. Aprobados en los Consejos de Departamento y remitidos al Servicio de PDI. El Servicio de Información e Innovación diseña, planifica y gestiona la acción formativa del PDI a través de Planes de Formación anuales (PDI) que incluye acciones de formación genérica, específica y de desarrollo personal, al que se acoge el personal del centro. El indicador IN24 señala que el 35% del profesorado ha participado en los cursos de formación.

3.4	El Centro realiza el seguimiento del resultado de la toma decisiones sobre la gestión de los recursos docentes y de la evaluación de lacalidad docente	**SÍ**	El centro dispone de un total de 23 espacios destinados a impartir docencia. De ellos, trece corresponden a aulas de tipología tradicional, equipadas con pizarra, bancas, tarima... El resto de espacios docentes incluye un aula plató, un aula de radio, un estudio de radio, un estudio de grabación, un laboratorio de fotografía y un plató sótano, a los que se suman cuatro laboratorios RDI. Asimismo, el Centro cuenta con el Aulario Isabel Oyarzábal, que dispone de un total de seis aulas adicionales, importantísimas para poder desempeñar la docencia de todos los grados y posgrados que se imparten en la Facultad. La reserva de aulas y espacios se realiza a través de la aplicación de gestión de reserva de aula y espacios, gestionada desde el Vicedecanato de Ordenación Académica con el apoyo de SICAU, tal y como se especifica en la ficha del mapa de procesos PA02. La evaluación de la calidad docente en la Facultad de Ciencias de la Comunicación se realiza a través de diversos órganos. Por una parte, la facultad cuenta con su propia Comisión Académica y de Calidad (CAC) y las Comisiones Académicas de Másteres, responsable del seguimiento de los títulos y del Sistema de Garantía de Calidad (SGC) del Centro. Junto con los demás órganos colegiados e individuales analizan, durante el primer trimestre de cada año, la evolución no solo de sus títulos, sino también de los servicios que se prestan y el funcionamiento del Centro, con el objetivo de enfocar la mejora permanente. En estas comisiones se valora el seguimiento de las diferentes acciones recogidas en los Planes Anuales de Mejora, su grado de cumplimiento y su funcionamiento, para proponer en caso contrario nuevas modificaciones, para garantizar así su desarrollo (especificado en la ficha de procesos PE03). La información que las comisiones académicas mencionadas valoran se obtiene de los resultados de los indicadores del SGC, los de satisfacción de los principales grupos de interés. Asimismo, se valoran los datos procedentes del buzón de quejas, sugerencias y felicitaciones y de los grupos de discusión de los diferentes perfiles que se programan al final de cada curso. El servicio de Calidad facilita esta información a las comisiones académicas que analizan el informe de acuerdo con las líneas estratégicas del Centro y toman las decisiones oportunas. Por otra parte, la evaluación del PDI se realiza a través del procedimiento transitorio que la UMA establece para el Programa DOCENTIA, y la Inspección de Servicios tal y como se recoge en el punto 2 de este criterio (especificado en la ficha de procesos PA03).
3.5	Las acciones que resultan de la gestión del personal docente se recogen en el plan de mejoray son revisadas de forma periódica.	**SÍ**	Una vez evaluada la información por parte de las comisiones y órganos citados en el apartado anterior se recogen las propuestas que correspondan que se recogerán en las fichas de los planes de mejora anuales, y que también se recogerán en los acuerdos en la página web de la Facultad. Además, la CAC y las Comisiones de Másteres revisan los procesos, al menos una vez al año, dejando evidencias en la Memoria de Resultados del Centro y las comisiones académicas valoran la Memoria Anual de los Resultados del SGC, memoria que se somete a su aprobación en la Junta de Facultad (especificado en la ficha de procesos PE03).

Nº	Evidencia requerida
15	Indicadores de resultados desagregados (favorables, desfavorables, excelentes) del procedimiento de evaluación de lacalidad docente del profesorado (en su caso del Programa DOCENTIA) y seguimiento de las consecuencias aplicadas.Indicando el profesorado evaluado sobre el evaluable en el centro. (% de evaluados sobre los posibles)
18	Documento de revisión de política definida para PDI

INDICADORES (cuando el indicador se mide en porcentaje o sea una tasa el valor aparece de 0 a 1)

TIPO ESTUDIO	CÓDIGO	INDICADOR	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
GRADO	IN22	IN22 % de Profesorado Funcionario		0,31	0,33	0,36	0,4	0,46	0,54
		IN22 Profesorado Funcionario		39	43	45	50	60	66
		IN22 Profesorado Universidad de Málaga		126	130	126	126	130	122
	IN23	IN23 % profesores del título con evaluación docente		0,09	0,08	0,03	0,01	0,1	
		IN23 Número de profesores evaluados positivamente con DOCENTIA o similar 1		11	11	4	1	13	
	IN24	IN24 % Profesores que han realizado cursos de formación		0,44	0,36	0,49	0,44	0,4	0,01
		IN24 Profesores que han realizado cursos de formación		56	47	62	56	52	1
	IN25	IN25 % Profesores que participan en Proyectos de Innovación Educativa *		0,57			0,65		
		IN25 Profesores que participan en Proyectos de Innovación Educativa *		72			82		
	IN26	IN26 % Profesores doctores		0,81	0,82	0,87	0,87	0,86	0,93
		IN26 Profesores doctores		102	107	109	110	112	113
	IN39	IN39 Nivel de satisfacción del estudiante con respecto a la actividad docente (media encuesta)		4,32		4,37	4,41	4,36	
	IN48	IN48 Nivel de satisfacción general del profesorado con el título (1-5)	3,62	4,22	3,78	4,380	4	3,81	
MÁSTER	IN22	IN22 % de Profesorado Funcionario		0,58	0,58	0,58	0,65	0,68	0,76

TIPO ESTUDIO	CÓDIGO	INDICADOR	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
MÁSTER	IN22	IN22 Profesorado Funcionario		33	34	34	37	43	45
		IN22 Profesorado Universidad de Málaga		57	59	59	57	63	59
	IN23	IN23 % profesores del título con evaluación docente		0,09	0,05	0,15	0,05	0,02	
		IN23 Número de profesores evaluados positivamente con DOCENTIA o similar 1		5	3	9	3	1	
	IN24	IN24 % Profesores que han realizado cursos de formación		0,4	0,34	0,58	0,44	0,3	0,02
		IN24 Profesores que han realizado cursos de formación		23	20	34	25	19	1
	IN25	IN25 % Profesores que participan en Proyectos de Innovación Educativa *		0,67			0,75		
		IN25 Profesores que participan en Proyectos de Innovación Educativa *		38			43		
	IN26	IN26 % Profesores doctores		1	1	1	0,98	0,98	0,98
		IN26 Profesores doctores		57	59	59	56	62	58
	IN39	IN39 Nivel de satisfacción del estudiante con respecto a la actividad docente (media encuesta)		4,78		4,6	4,49	4,58	
	IN48	IN48 Nivel de satisfacción general del profesorado con el título (1-5)	3,25	5	3,39	4,56		4,03	

ACCIONES DE MEJORA EN PROCESO

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CURSO	DENOMINACIÓN	Titulación
2017-18	Se recomienda aportar en el próximo autoinforme el plan de coordinación docente del título	MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, AUDIENCIAS Y PRÁCTICA PROFESIONA
2018-19	Base de datos de Trabajos Fin de Grados (TFG).	GRADUADO/A EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
2018-19	BASE DE DATOS DE TRABAJOS FIN DE GRADO (TFG).	GRADUADO/A EN PERIODISMO
2019-20	Mejora de la coordinación horizontal de materias.	GRADUADO/A EN PERIODISMO
2020-21	Se recomienda adoptar medidas a fin de mejorar la tasa de graduación	GRADUADO/A EN PERIODISMO
2020-21	Se recomienda que el profesorado someta su dedicación al Programa Docentia	GRADUADO/A EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
2020-21	Se recomienda que el profesorado someta su dedicación al Programa Docentia	GRADUADO/A EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
2021-22	Se recomienda aumentar el porcentaje del profesorado (60%) que participa en DOCENTIA	MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN
2023-24	Mejora de las funciones de coordinación de los docentes en materias compartidas	

CRITERIO 4. GESTIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

El Centro tiene implantados procesos que garantizan la disponibilidad de recursos materiales y servicios suficientes que contribuyan a la oferta de actividades de aprendizaje de alumnado

A continuación se analizan los distintos subcriterios planteados en el modelo IMPLANTA y se informa sobre su cumplimiento, así como se evidencia a través de enlaces o explicaciones, como se desarrolla en el centro.

ANÁLISIS DEL CRITERIO 4. GESTIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Valoración del criterio realizado por el equipo directivo
El Centro dispone de los recursos materiales y servicios necesarios para el desarrollo de la actividad docente, investigadora y de gestión, contando con instalaciones adecuadas para la impartición de las enseñanzas de grado y máster que conforman su oferta académica. La valoración de estos recursos y servicios se realiza de forma sistemática a través de los distintos instrumentos del Sistema de Garantía de la Calidad, especialmente mediante los cuestionarios de satisfacción y los grupos de discusión con los diferentes grupos de interés. En relación con la satisfacción del estudiantado con los servicios del Centro, en el curso académico 2023/2024 se observa una mejora respecto al curso anterior, pasando de una valoración media de 3,49 a 3,69 puntos sobre 5. Entre los servicios mejor valorados destacan el servicio de limpieza (4,16 puntos), conserjería (3,66), biblioteca (3,58) y secretaría del Centro (3,49), lo que pone de manifiesto el adecuado funcionamiento de los servicios de apoyo al alumnado. No obstante, los resultados obtenidos reflejan también áreas de mejora, especialmente en relación con determinados recursos materiales. En particular, el servicio de reprografía presenta una valoración inferior (3,43 puntos), asociada a cambios recientes en el sistema de impresión, y se detecta una disminución en la satisfacción del estudiantado con las aulas, talleres, laboratorios y espacios docentes, que desciende de 3,38 a 3,10 puntos. Estas cuestiones han sido igualmente señaladas en los grupos de discusión, donde se subraya la necesidad de actualización de los equipos y programas informáticos disponibles en los laboratorios. Por su parte, el profesorado manifiesta una reducción en su nivel de satisfacción con las instalaciones e infraestructuras del Centro, que pasa de 4,5 puntos en el curso 2022/2023 a 3,71 en el curso 2023/2024, así como con las aulas de informática, cuya valoración se sitúa en 4 puntos. Estos resultados se relacionan, principalmente, con las limitaciones derivadas de la disponibilidad presupuestaria y con las necesidades específicas de titulaciones con una elevada carga de experimentalidad, como el Grado en Comunicación Audiovisual y determinadas asignaturas del resto de grados y másteres. Desde el equipo directivo se considera que estas limitaciones, de carácter estructural y en buena medida ajenas a la capacidad de decisión directa del Centro, han sido correctamente identificadas y analizadas a través del Sistema de Garantía de la Calidad. En coherencia con ello, se continúan priorizando las actuaciones orientadas a la optimización de los recursos disponibles, la planificación eficiente de los espacios y la canalización de las necesidades detectadas a los órganos competentes de la Universidad, incorporando estas cuestiones al Plan de Mejora del Centro. En conjunto, la valoración de este criterio es globalmente favorable en lo que respecta al funcionamiento de los servicios y a la gestión de los recursos, si bien se reconocen áreas de mejora vinculadas a la actualización de infraestructuras y equipamientos, que están siendo abordadas de manera progresiva en el marco de las posibilidades organizativas y presupuestarias existentes.

PROCESOS DEL SGC UTILIZADOS PARA GESTIONAR ESTE CRITERIO

TIPO DE PROCESO	DENOMINACIÓN PROCESO	OBJETIVO
CLAVE CENTRO	Sub07PC11. Extensión universitaria en la Facultad de Ciencias de la Comunicación	**El objetivo de este subproceso es establecer cómo se gestiona la extensión universitaria en la Facultad de Ciencias de la Comunicación.** Identificar y valorar cómo se gestiona la extensión universitaria y la acción social en el Centro.
CLAVE CENTRO	Sub07PC10. Orientación profesional e inserción laboral en la Facultad de Ciencias de la Comunicación	El objetivo de este subproceso es establecer cómo se gestiona la orientación profesional e inserción laboral en la Facultad de Ciencias de la Comunicación.
CLAVE CENTRO	Sub07PC08. Investigación, transferencia y divulgación en la Facultad de Ciencias de la Comunicación	Describir las acciones que se desarrollan desde la Universidad y la Facultad de Ciencias de la Comunicación para apoyar la investigación
CLAVE CENTRO	Sub07PC06. Prácticas Externas en la Facultad de Ciencias de la Comunicación	Definir y valorar cómo se gestionan las prácticas en el Centro.
CLAVE CENTRO	Sub07PC05. Movilidad en la Facultad de Ciencias de la Comunicación	El objetivo de este proceso es establecer cómo se gestiona la movilidad en la Facultad de Ciencias de la Comunicación
CLAVE CENTRO	Sub07PC02. Acogida y orientación académica en la Facultad de Ciencias de la Comunicación	El objetivo es establecer cómo se realizan las actividades de acogida y orientación académica en la Facultad de Ciencias de la Comunicación.
APOYO CENTRO	Sub07PA02. Gestión de recursos materiales y servicios en la Facultad de Ciencias de la Comunicación	El objetivo de este subproceso es describir cómo se gestionan los recursos materiales y servicios en la Facultad de Ciencias de la Comunicación.
APOYO CENTRO	Sub07PA01. Acceso, matriculación y apoyo administrativo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación	El objetivo de este subproceso es establecer cómo se gestionan el acceso, la matriculación y los servicios de apoyo administrativo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

SUBCRITERIOS

	Subcriterio del modelo IMPLANTA	Cumplimiento	Evidencias y/o explicación del cumplimiento del subcriterio.
4.1	El Centro presenta evidencias de que tiene definidas las responsabilidades de los procedimientos para la recogida de la información,de las actividades que el centro realiza, identificando necesidades de organización de	SÍ	El Centro tiene definidas y clarificadas las responsabilidades y procesos respecto a los diferentes procedimientos. Los principales procesos gestionados por la Secretaría del Centro son: Atención al Público: Atención presencial, telefónica o telemática, en este último caso la atención se realiza a través de varios canales: correo electrónico, sede electrónica, portal académico y gestor de peticiones. Toda la información se puede consultar en la web Sala de Estudiantes: A través de la sala de estudiantes del campus

	actividades o disposición de rec		virtual, se informa a los alumnos de todos los procedimientos administrativos, con indicación de los plazos de inicio y fin de los mismos, documentación a presentar y el resto de información de utilidad. Sala de estudiantes Matriculación de Estudiantes: Los estudiantes formalizan su matrícula a través de la aplicación informática “automatrícula”, la Secretaría es la encargada de supervisar dicha matriculación, así como, de la recepción, revisión y archivo de los expedientes y de la documentación aportada por los estudiantes. Movilidad Estudiantil: La Secretaría gestiona la matrícula de los estudiantes matriculados en el Centro a los cuales se les ha concedido la movilidad estudiantil, nacional o internacional, asesora y brinda el apoyo administrativo a estos estudiantes durante toda su estancia. La Secretaría recepciona y revisa la documentación para que el estudiante pueda solicitar, una vez finalizada la estancia de movilidad, el reconocimiento de los créditos superados. Actas oficiales: La Secretaría es la responsable de poner a disposición del profesorado las actas oficiales y de controlar el cierre de las mismas dentro de los plazos establecidos en la normativa vigente. Programación Académica: La Secretaría es la responsable de la carga de los datos académicos (horarios, calendario académico y calendario de exámenes) en la aplicación informática PROA. Tablas de reconocimiento de estudios y actividades: La Secretaría es la encargada de recepcionar las solicitudes de reconocimiento presentadas por los estudiantes y de preparar la documentación que de forma mensual se remita a los Comisiones de Reconocimiento de Estudios, las cuales resuelven las solicitudes. Teniendo en cuenta las distintas resoluciones, la Secretaría elabora y actualiza las tablas de reconocimiento y convalidación que se encuentran publicadas en la página web del Centro. Gestión de asignación de grupos: La Secretaría es la responsable de asignar los grupos a los estudiantes matriculados en las distintas asignaturas aplicando la normativa vigente. Todo el proceso se publica en la web dentro del apartado de cada una de las titulaciones. Trabajo Fin de Grado: La Secretaría gestiona, a través de la plataforma informática elaborada por el personal de la Secretaría la asignación de tutor de TFG, la recepción del TFG y su remisión a los tutores para su evaluación. Es la encargada de organizar los tribunales de evaluación de TFG y de preparar la documentación. Trabajo Fin de Máster: La Secretaría gestiona, a través de la plataforma informática elaborada por el personal de Secretaría, la asignación de tutor de TFM y la recepción del TFM. Es la encargada de preparar la documentación de los tribunales de TFM, la organización de los mismos es competencia de la Coordinadora de Trabajo Fin de Máster de la Facultad. Página web: La Secretaría es la encargada de gestionar toda la información académica y administrativa de la página web del Centro. Todos los procedimientos administrativos gestionados por la Secretaría pueden ser consultados por los usuarios en la página web, en la que se recoge, el procedimiento, la forma de solicitarlo, los plazos administrativos y la normativa aplicable en cada caso. Servicio de Información, Conserjería y Atención al Usuario (SICAU):

			Se encarga de informar a las personas usuarias del Centro y de dar soporte a la docencia, la investigación y los servicios a través de las siguientes tareas: apertura y cierre de las instalaciones, encendido y apagado de luces y aparatos de refrigeración y calefacción, reservas de aulas docentes y otros espacios, preparación de aulas y espacios para docencia y actos, suministro del material didáctico y audiovisual necesario (conexión y puesta a punto) para el desarrollo las actividades docentes y académicas y asistencia básica a la comunidad universitaria en el uso de nuevas tecnologías-; la custodia y control de llaves y dispositivos de acceso de las instalaciones, la supervisión de la conservación de las infraestructuras, entre otros. Este servicio cuenta con diferentes manuales de funcionamiento y aplicaciones para facilitar la labor a los usuarios. El personal técnico atiende solicitudes en la dirección de correo tecnicoscccom@uma.es, y mediante un procedimiento de préstamo descrito en: https://www.uma.es/facultad-de-ciencias-de-la-comunicacion/info/75589/procedimiento-de-prestamo-de-material-de-practicas-y-laboratorios/, que se formaliza mediante el documento de autorización y responsabilidad sobre el buen uso del material.
4.2	El Centro presenta evidencias de analiza y revisa de forma periódica la información de los resultados que han servido para la detecciónde necesidades de nuevos recursos o servicios para el correcto desarrollo actividades, recursos materiales, y person	**SÍ**	La valoración del personal técnico se mide mediante encuestas de satisfacción donde se estima la atención, disponibilidad y celeridad, así como el asesoramiento técnico imprescindible en nuestros estudios. El alumnado del título está satisfecho, en general, con las infraestructuras y los servicios del Centro, manteniéndose en la misma cifra del año anterior, un 3,49 (IN40). En la misma línea se pronuncian los docentes, que califican con un 3,71 las instalaciones de la facultad. Esta información es pública, y puede consultarse en la página web del centro.
4.3	El Centro presenta evidencias de la información del control, revisión periódica y mejora continua de la gestión los recursos materiales yservicios que incide en la mejora de las actividades de aprendizaje del alumnado.	**SÍ**	En el Resumen de indicadores y valoración del alumnado y profesorado, que puede consultarse en la página web se plasma la información de control sobre los recursos materiales y servicios que se emplean en la toma de decisiones con la pretensión de realizar mejoras en las actividades de aprendizaje

4.4	El Centro toma decisiones, basada en los resultados obtenidos, y define acciones sobre la gestión de actividades, recursos materiales yservicios, con la participación de los diferentes grupos de interés.	**SÍ**	Como norma general, al inicio de cada semestre, desde decanato se envía un email a todo el profesorado para solicitar sus necesidades técnicas, de laboratorio, etc., y a partir de ahí se definen en el horario. En estas reuniones se trabaja también en el análisis del material que se debe renovar o adquirir. Igualmente, desde el Centro y la Universidad, existe un protocolo para la gestión de servicios externos y compras. Anualmente, se celebra un grupo de discusión, para reflexionar sobre cualquier aspecto. Así, el personal de laboratorio solicitó sincronizar mejor los tiempos para conocer las necesidades para la docencia (por ejemplo coincidiendo con la asignación docente y la actualización de las guías docentes), para una mejor gestión; la necesidad de tener el listado de los grupos prácticos, reforzar la formación especializada, y flexibilidad en compras menores. Todas estas cuestiones se pusieron en práctica en el curso actual Para garantizar el cumplimiento de la actividad docente el Reglamento del procedimiento para la verificación de las actividades docentes (recogido en PC04), en el centro se establece un control diario de la actividad docente a través de la aplicación móvil de la UMA, que permite registrar de forma individual la presencia del profesorado en el aula y la impartición de las materias asignadas en los espacios que figuran en los horarios y en el sistema de reserva de aulas. Para la gestión de las necesidades para la docencia, se celebran reuniones periódicas entre el vicedecanato de Organización Académica, Profesorado e Igualdad y el de Empresas, Infraestructura y Sostenibilidad Ambiental con el personal técnico de laboratorio
4.5	El Centro incluye en el Plan de mejora, el seguimiento de las acciones que han llevado o pretenden llevar a cabo, como resultado derevisión periódica de la gestión de los recursos materiales y servicios.	**SÍ**	Además de las reuniones periódicas anteriormente mencionadas con el equipo técnico, tanto este, como SICAU pueden solicitar vía correo electrónico a la vicedecana de Empresa, Infraestructuras y Sostenibilidad Ambiental demandas materiales que vayan surgiendo bien por deterioro o bien por surgimiento de nuevas necesidades. La responsable decanal evaluará la solicitud y en caso de ser atendida la gestionará a través del gestor de peticiones que la UMA ha creado al efecto, en el que se recibirán tres presupuestos de empresas con los que la UMA tiene firmado un convenio-marco siendo la vicedecana quien decidirá en función de la mejor relación calidad-precio qué presupuesto escoger.

EVIDENCIAS

Nº	Evidencia requerida
20	Documento sobre Planes de Mantenimiento, revisión y actualización

INDICADORES (cuando el indicador se mide en porcentaje o sea una tasa el valor aparece de 0 a 1)

TIPO ESTUDIO	CÓDIGO	INDICADOR	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
GRADO	IN40	IN40 Nivel de satisfacción del estudiante con los servicios del Centro (1-5)	3,65	3,6	3,78		3,47	3,7	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

TIPO ESTUDIO	CÓDIGO	INDICADOR	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
GRADO	IN40	IN40 Satisfacción con el Servicio de Biblioteca	3,9	4,19	3,71		3,45	3,82	
		IN40 Satisfacción con el Servicio de cafetería (si existe en tu Centro)io de MEDIA ENCUESTA para Criterio 5:Servicio de cafetería (si existe en tu Centro)	2,74		4,19		3,38	4,04	
		IN40 Satisfacción con Servicio de Conserjería	3,78		3,41		3,37	3,52	
		IN40 Satisfacción con Servicio de limpieza	4,32		4,53		4,08	4,33	
		IN40 Satisfacción con Servicio de reprografía (si existe en tu Centro)	3,97				3,59	3,35	
		IN40 Satisfacción con Servicio de Secretaría	3,14	3,29	3		3,16	3,38	
	IN41	IN41 Nivel de Satisfacción con las Aulas, talleres, laboratorios y otros espacios de docencia	3,46	3,11	3,68		3,41	3,57	
	IN50	IN50 Nivel de satisfacción del estudiante con las actividades de orientación profesional (1-5)			5	4,62	4,63	4,64	4,7
	IN55	IN55 % Participación encuesta clima laboral		0,89	0,63	1	1	0,96	
		IN55 Satisfacción del PAS adscrito al Centro		4,03	4,04	4,13	4,07	4,06	
MÁSTER	IN40	IN40 Nivel de satisfacción del estudiante con los servicios del Centro (1-5)	3,9	4,6	3,880	4,25	3,5	3,280	
		IN40 Satisfacción con el Servicio de Biblioteca	4,3	4,660	3,83	4,43	3,46	3,33	
		IN40 Satisfacción con el Servicio de cafetería (si existe en tu Centro)io de MEDIA ENCUESTA para Criterio 5:Servicio de cafetería (si existe en tu Centro)	3,17		3,880	4,29	3,67	2,83	
		IN40 Satisfacción con Servicio de Conserjería	4,1		3,71	4,5	3,46	3,8	
		IN40 Satisfacción con Servicio de limpieza	4,3		4,5	4,43	4	4	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

TIPO ESTUDIO	CÓDIGO	INDICADOR	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
MÁSTER	IN40	IN40 Satisfacción con Servicio de reprografía (si existe en tu Centro)	4,03				3,07	3,5	
		IN40 Satisfacción con Servicio de Secretaría	3,42	4,660	3,25	4	3	3,6	
	IN41	IN41 Nivel de Satisfacción con las Aulas, talleres, laboratorios y otros espacios de docencia	3,68	4,55	4,22	4	3,34	2,64	
	IN50	IN50 Nivel de satisfacción del estudiante con las actividades de orientación profesional (1-5)			5	4,62	4,63	4,64	4,7
	IN55	IN55 % Participación encuesta clima laboral		0,89	0,63	1	1	0,96	
		IN55 Satisfacción del PAS adscrito al Centro		4,03	4,04	4,13	4,07	4,06	

ACCIONES DE MEJORA EN PROCESO

CURSO	DENOMINACIÓN	Titulación
2023-24	ACCIONES DE SENSIBILIZACION SOBRE SOSTENIBILIDAD Y ODS PARA ALUMNADO	
2024-25	Conocer la satisfacción de los coordinadores con respecto a los programas de movilidad	
2025-26	Promoción de los títulos que se imparten en el centro	

CRITERIO 5. GESTIÓN Y RESULTADOS DE LOS PROCESOS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

El Centro tiene implantados procesos que garantizan que las acciones que emprende contribuyen a favorecer el aprendizaje del alumnado

A continuación se analizan los distintos subcriterios planteados en el modelo IMPLANTA y se informa sobre su cumplimiento, así como se evidencia a través de enlaces o explicaciones, como se desarrolla en el centro.

ANÁLISIS DEL CRITERIO 5. GESTIÓN Y RESULTADOS DE LOS PROCESOS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Valoración del criterio realizado por el equipo directivo

El Centro realiza un seguimiento sistemático de los resultados de los programas formativos a través de los indicadores académicos, de satisfacción e inserción laboral definidos en el Sistema de Garantía de la Calidad, lo que permite disponer de una visión global del rendimiento y la evolución de las titulaciones de grado y máster.

En relación con los resultados académicos, los indicadores muestran una evolución estable en términos de rendimiento, eficiencia y éxito, si bien se identifican márgenes de mejora en determinados aspectos, como las tasas de graduación y la prolongación de los estudios en algunos perfiles de alumnado. El análisis de estos resultados se ha realizado de forma contextualizada, teniendo en cuenta factores como la elevada carga práctica de algunas titulaciones, la simultaneidad de estudios y trabajo en parte del estudiantado y el peso del Trabajo Fin de Grado y del Trabajo Fin de Máster en la finalización de los estudios.

A partir de este análisis, el Centro ha venido adoptando medidas orientadas a mejorar estos resultados, entre las que destacan el refuerzo de las acciones de orientación académica, la mejora de la información y acompañamiento en las asignaturas de TFG y TFM, y el fortalecimiento de la coordinación docente, especialmente en los cursos finales de las titulaciones.

En cuanto a la inserción laboral y la satisfacción de las personas egresadas, los resultados disponibles permiten identificar tendencias coherentes con el contexto del mercado laboral del ámbito de la comunicación. Esta información es analizada en relación con otros indicadores del SGC y se utiliza para orientar la mejora de los programas formativos, en especial a través del ajuste de contenidos, el impulso de las prácticas externas y el refuerzo de las acciones de orientación profesional e inserción laboral.
Desde una perspectiva longitudinal, el conjunto de los indicadores asociados a este criterio pone de manifiesto la capacidad del Centro para identificar fortalezas y áreas de mejora en los resultados de sus programas formativos, así como para adoptar decisiones fundamentadas orientadas a la mejora continua.

En conjunto, el equipo directivo realiza una valoración global positiva de los resultados de los programas formativos, destacando la utilidad del Sistema de Garantía de la Calidad como herramienta para el seguimiento, análisis y mejora de las titulaciones, y manteniendo el compromiso de continuar implementando acciones que contribuyan a la mejora progresiva de los resultados académicos y de inserción laboral.

PROCESOS DEL SGC UTILIZADOS PARA GESTIONAR ESTE CRITERIO

TIPO DE PROCESO	DENOMINACIÓN PROCESO	OBJETIVO
ESTRATÉGICO CENTRO	Sub07PE02. Diseño de la oferta formativa de la Facultad de Ciencias de la Comunicación	El objetivo de este subproceso es explicar cómo se diseña la oferta formativa en la Facultad de Ciencias de la Comunicación.
CLAVE CENTRO	Sub07PC09. Evaluación del aprendizaje en la Facultad de Ciencias de la Comunicación	• Garantizar mecanismos que permitan el diseño, desarrollo y la mejora continua de las metodologías de enseñanza-aprendizaje. • Analizar e implementar los procesos de evaluación de las enseñanzas y del rendimiento del alumnado.
CLAVE CENTRO	Sub07PC07. TFG/TFM en la Facultad de Ciencias de la Comunicación	Definir la gestión y los procesos para la elaboración de los TFGs, TFMs y las Tesis Doctorales en la Facultad de Ciencias de la Comunicación
CLAVE CENTRO	Sub07PC03. Planificación Docente y Extinción del título en la Facultad de Ciencias de la Comunicación	El objetivo es explicar cómo se realiza la planificación docente y la extinción de los títulos en la Facultad de Ciencias de la Comunicación.
CLAVE CENTRO	Sub07PC01. Definición de perfiles en la Facultad de Ciencias de la Comunicación	El objetivo es establecer cómo se definen los perfiles de ingreso y egreso en la Facultad de Ciencias de la Comunicación a la vez que se define un proceso de acompañamiento al estudiantado capaz de orientarles tanto en su desarrollo académico, de cara al máximo aprovechamiento en su paso por la Facultad, como en su proyección profesional.

SUBCRITERIOS

	Subcriterio del modelo IMPLANTA	Cumplimiento	Evidencias y/o explicación del cumplimiento del subcriterio.
5.1	El Centro presenta evidencias de que tiene definidas las responsabilidades de los procedimientos de recogida de la informaciónsobre el desarrollo del conjunto de acciones de apoyo y de orientación, que contribuyen a favorecer el aprendizaje del alumna	SÍ	La Universidad de Málaga proporciona a los estudiantes, especialmente a los de nuevo ingreso, la información necesaria para su integración en la vida universitaria, así como servicios, actividades y apoyos para atender a sus necesidades académicas y personales. Para facilitar la participación y registro de los resultados de las actividades de orientación que se realicen en la UMA, se ha diseñado una herramienta de gestión para facilitar la gestión de estas actividades: ACTIVIDADES DE ORIENTACIÓN - Inicio (sharepoint.com) La Facultad de Ciencias de la Comunicación programa una sesión de bienvenida y de acogida para los estudiantes de Grado y de Posgrado, con el objetivo de presentar la estructura de la oferta formativa, los servicios del Centro, conocer al equipo directivo, los procesos administrativos, las instalaciones, la programación de actividades culturales, la radio y televisión del Centro (COMUTOPÍA) y los diferentes canales de comunicación de la Facultad en Facebok, Twitter, Youtube e Instagram. Cada curso académico se programan además sesiones

informativas de las asignaturas optativas ofertadas para orientar al alumnado de tercer y cuarto curso de cara a su elección; reuniones periódicas con el Consejo de Estudiantes, con los estudiantes Mentores de estudiantes de nuevo ingreso, con los Grupos de Orientación Universitaria (GOU) y con los estudiantes Cicerones.

El Centro también realiza el seguimiento de las actividades de orientación profesional con invitados externos que comparten sus experiencias y valora la opinión del alumnado mediante dos herramientas: a través del PC10 desde el curso académico 2015-2016 hasta el 2019-2020 y a través de orientación actividades desde el curso 2020-2021.

En la Facultad de Ciencias de la Comunicación, como norma general se apuesta por la evaluación continua y distribuyendo la carga teórica y práctica de manera gradual y porcentual, como consta en la memoria del plan de estudios, y es el profesorado el que otorga el peso correspondiente a las tareas y acciones que han de ser objeto de evaluación. Toda esta información se recoge y revisa en las Guías docentes de todas las titulaciones que se imparten en el centro.

- Grado en Comunicación Audiovisual
- Grado en Periodismo
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
- Grado en Ciencias Políticas y de la Administración (UGR) y Grado en Periodismo (UMA)
- Doble Grado en Turismo + Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
- Máster en Creación Audiovisual y Artes Escénicas
- Máster en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación
- Máster en Investigación sobre Medios en Investigación, Audiencias y Prácticas Profesionales

El procedimiento de gestión de TFG y de TFM se encuentra publicado en la página web y se actualiza cada curso académico:

Trabajo Fin de Grado

Trabajo Fin de Máster

La Facultad de Ciencias de la Comunicación gestiona las prácticas externas curriculares de las titulaciones oficiales que se imparten en ella. Las prácticas curriculares son una asignatura optativa (6 ECTS) en cada uno de los Grados. La información referida a estas puede consultarse en la web del centro a través de los siguientes enlaces:

Normativa prácticas curriculares

Plan de empleabilidad

Información sobre las prácticas externas

Reglamento 4/2020, de 29 de octubre, de la Universidad de Málaga, sobre prácticas externas

Respecto a la Movilidad Estudiantil, el vicedecanato de Movilidad y

			Comunicación coordina todas las acciones del centro relacionadas con la movilidad estudiantil en colaboración con los coordinadores de movilidad nacional e internacional, tanto respecto a los Estudiantes de movilidad saliente como a los que recepcionamos y que incluye la fase previa, la posterior y, propiamente la que se desarrolla durante la movilidad. La página web del Centro facilita la coordinación y la interlocución con los responsables por programas y zonas y se gestiona mediante los programas Algoria (movilidad internacional) y de Movilidad nacional (SICUE) Respecto a los mecanismos que regulan las directrices que afectan al alumnado (reglamentos, reconocimiento y certificación), la Secretaría de la Facultad asegura y acompaña los principales procesos: Atención al Público, Sala de estudiantes, Matriculación de Estudiantes, Movilidad Estudiantil, Actas oficiales, Programación Académica, Tablas de reconocimiento de estudios y actividades, Gestión de asignación de grupos, Trabajo Fin de Grado, Trabajo Fin de Máster y Página web donde se recogen todos los procedimientos administrativos.
5.10	El Centro incluye en el Plan de mejora, el seguimiento de las acciones que han llevado o pretenden llevar a cabo, como resultado derevisión periódica de los resultados de los procesos de enseñanza-aprendizaje anteriormente citados.	**SÍ**	En los planes de mejora, cada curso académico se incluyen medidas para reforzar aquellos aspectos que se identifican en el análisis de la información y la elaboración de la memoria anual, como es el caso de los TFG y TFM o la necesidad de intensificar la coordinación docente -vertical y horizontal- Esta información es pública y se puede ver en la página web del centro.
5.2	El Centro/Universidad analiza la información de los resultados obtenidos sobre la aplicación de los mecanismos de acceso y admisión,matriculación , reconocimiento y certificación de los aprendizajes adecuados a las especificidades de las titulaciones q	**SÍ**	El centro analiza los resultados obtenidos mediante el seguimiento de los indicadores a través del sistema de calidad donde destaca el alto nivel de satisfacción con respecto a la actividad docente (IN 39 con valor de 4,47 sobre 5). Respecto a la menor valoración de los indicadores de satisfacción con respecto a los Servicios del Centro (IN40), se realizaron acciones para facilitar la comprensión de los procedimientos mediante un Proyecto de innovación docente que ha desarrollado videotutoriales sobre dichos procedimientos. Complementariamente, se utiliza la Sala de Estudiantes de campus virtual para la información pública de los plazos, convocatorias, procedimientos abiertos y resoluciones a dichos procedimientos. La valoración del alumnado con la información sobre los servicios de Secretaría, Conserjería y Biblioteca han mejorado. No obstante, la satisfacción del alumnado con los Servicios del Centro se mantiene estable en 3,49 puntos .
5.3	El centro analiza la información de los resultados del seguimiento realizado del sistema de apoyo y de orientación académica (comoes el caso de tener un Plan de Acción Tutorial-PAT) y profesional del alumnado, que abarca todas las fases del desarrollo	**SÍ**	El Centro analiza la información que si bien muestra resultados positivos es susceptible de mejorarse en sus procesos y en su ejecución. Los procedimientos se concretan en los PC02 y PC10. En general, el nivel de satisfacción con respecto a la actividad docente es significativo con 4,47 (IN 39). El grado de satisfacción general de los estudiantes (IN 42) apenas varía respecto al año anterior y se sitúa en 2,85 puntos.

5.4	El centro cuenta con información de los resultados obtenidos de la aplicación de las metodologías de enseñanza y evaluación de losresultados de aprendizaje, que le permiten tomar decisiones y definir acciones sobre el diseño de nuevas metodologías o r	**SÍ**	La evaluación de la oferta formativa de la Facultad de Ciencias de la Comunicación viene determinada por el seguimiento de los siguientes mecanismos: • Acreditación y seguimiento: Código del título, RUCT, Informes de evaluación del título, calendario de implantación del Grado e Información de resultados de nuestros grupos de interés: ◦ Grado en Comunicación Audiovisual ◦ Grado en Periodismo ◦ Grado en Publicidad y Relaciones Públicas ◦ Master en Creación Audiovisual y Artes Escénicas ◦ Máster en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación ◦ Máster en Investigación en Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica profesional en Europa • Seguimiento del SGC ◦ Sistema de Garantía interno de Calidad de la FCC ◦ Memoria de Resultados del SGC FCC En la Facultad de Ciencias de la Comunicación, la coordinación de cada título realiza anualmente un informe de seguimiento para valorar la evolución del título, que consiste en una revisión de la información pública (auditoría de la página web), evaluación de las diferentes encuestas sobre el funcionamiento del Centro y sus servicios realizadas entre los diferentes grupos de interés (alumnado, profesorado, empresariado y organizaciones que acogen prácticas, y personal de administración y servicios), encuestas de satisfacción docente por asignaturas y grupos de discusión que se vienen realizando desde el curso 2020/2021, en el mes de julio y de septiembre con alumnado, profesorado de los títulos y personal de administración y servicios (especificado en la ficha de procesos PE02).

5.5	Realiza seguimiento de estas acciones le sirven para garantizar que las metodologías de enseñanza y sistemas de evaluación sonpertinentes y adecuadas para promover y certificar los resultados de aprendizaje previstos.	**SÍ**	Las metodologías de enseñanza y los sistemas de evaluación son sistemáticamente revisados cada curso académico desde la coordinación de los Grados y los Posgrados y son recogidos en las guías docentes de los títulos: • Grado en Comunicación Audiovisual • Grado en Periodismo • Grado en Publicidad y Relaciones Públicas • Máster en Creación Audiovisual y Artes Escénicas • Máster en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación • Máster en Investigación sobre Medios en Investigación, Audiencias y Prácticas Profesionales De su seguimiento y del contacto con los grupos de interés, y avalado por las tasas de éxito (IN12 97,41%), se constata un grado satisfactorio en los resultados de aprendizaje durante el curso pasado, en el que se mantiene la media de tasa de éxito.
5.6	El centro analiza la información y los resultados obtenidos de la gestión de los TFG/TFM (asignación, supervisión y evaluación) y, en sucaso, de las prácticas externas, que les permiten tomar decisiones y definir acciones para asegurar el correcto des	**SÍ**	El alumnado valora con un 4,32 (IN33) las prácticas curriculares, mientras que el empresariado también aporta una buena valoración a las prácticas externas curriculares (IN 49), con una puntuación de 4,45 sobre 5; La adecuación a los resultados de aprendizaje puede estimarse a partir del indicador IN44 que evidencia que la nota media de los TFG-M es de 7,38, aspecto levemente inferior a cursos anteriores.
5.7	Se analizan los resultados sobre las tareas propias del ámbito profesional para las que las prácticas externas fueron asignadas, asípara la gestión de la movilidad, y se informará de los resultados de las acciones de forma que se demuestre que las acc	**SÍ**	Aunque se analiza, hay que reforzar la rendición de cuentas a todos los grupos de interés. En el caso de las prácticas externas se han puesto en marcha dos encuestas piloto de seguimiento del alumnado, una al comienzo y otra a la finalización de las prácticas.

5.8	En Centro presenta evidencias de que la recogida y análisis de resultados de estos procesos se realiza de forma periódica ycontribuyen a la mejora continua del proceso de aprendizaje anteriormente citados y a la toma de decisiones	**SÍ**	Cada curso académico, en el primer trimestre del año se elaboran los informes de seguimiento del curso anterior, del centro y de cada título. Los informes se aprueban en la Comisión Académica y de Calidad y en la Junta de Facultad y se publican en la página web.
5.9	El centro desarrolla mecanismos que aseguran una estructura investigadora que planifica y desarrolla programas y proyectos deinvestigación con financiación interna y/o externa, de forma que se alcancen resultados de investigación alineados con las lín	**SÍ**	El Centro cuenta con representación en la Comisión de Investigación y Transferencia de la Universidad. En este apartado, pese a que la competencia recae en el vicerrectorado de investigación, se pueden mejorar algunos aspectos. Como ejemplo, durante el actual curso académico se han actualizado en la página web los apartados relacionados con el currículum del profesorado y de los proyectos de investigación, si bien es un tema en el que hay que mejorar, en la visibilidad de la investigación que emerge desde el centro. En la Facultad de Ciencias de la Comunicación residen doce grupos de investigación en el marco del PAIDI de la Junta de Andalucía, dos de ellos de reciente creación, dirigidos todos por investigadores e investigadoras con docencia en el centro, y enfocados a la investigación en cualquiera de las áreas y materias relacionadas con las Ciencias de la Comunicación e Igualdad, de acuerdo con las líneas estratégicas del Centro: • HUM664 - Estudios sobre Comunicación y Sociedad de la Información • SEJ067 - Grupo de estudios sobre periodismo y comunicación • SEJ291 - Cultura y representación audiovisual • SEJ370 - Las relaciones públicas en la pequeña y mediana empresa • SEJ389 - Labcom • SEJ390 - Comunicación y poder • SEJ391 - Nuevos espacios de comunicación • SEJ396 - Nuevas formas publicitarias y nueva economía • SEJ411 - Imagen fija, comunicación masiva y mudanza digital. • SEJ435 - Contenidos audiovisuales avanzados • SEJ612 - Media & Data Innovation Observatory • SEJ628 - Open Communication en Startups lideradas por mujeres. Estrategias competitivas para la diferenciación y la innovación • SEJ635 - Feminismo, comunicación y cooperación para la justicia social El Centro tiene asociados una docena de proyectos de investigación, tanto de carácter nacional como autonómicos y europeos, en el que participan más de 70% del profesorado con docencia en alguno los títulos que se imparten, y dirigidos por profesorado investigador de la Facultad. Actualmente, se encuentra en trámite el desarrollo, aprobación e implantación por la Junta de Andalucía del Instituto Andaluz de Investigación en Comunicación y Cultura (INACOM), que nace con

			vocación de potenciar la sinergia entre centros de enseñanza e investigación en comunicación con instituciones y empresas; y de colaborar a articular las distintas actividades de creación y difusión de los bienes simbólicos con las infraestructuras telemáticas. El INACOM, centro de excelencia, interdisciplinar e interuniversitario, dedicado al estudio de la comunicación social, integra al profesorado que imparte docencia en Grados y Posgrados y da apoyo a las vocaciones investigadoras en ciernes a partir de los equipos, proyectos e investigadores/as consolidados. Esta iniciativa se inserta plenamente en los objetivos generales del PAIDI, tanto en la promoción de la ciencia de excelencia y de calidad (Obj.1) como en la orientación del I+D+I hacia los retos sociales andaluces: hacia "sociedades inclusivas, innovadoras y reflexivas" para una "economía y sociedad digital" (Obj. 3) y con el "estímulo al intercambio con el Espacio Iberoamericano de Conocimiento y con el Norte de África" (Obj.3) y en "el impulso de la Economía del Conocimiento" (Obj. 4).

EVIDENCIAS

Nº	Evidencia requerida
25	Para cada título, información y relación detallada del alumnado con créditos reconocidos y de la adecuación del procedimiento seguido. Análisis de los datos que serán referidos a los tres últimos cursos y se incluirán análisis de tendencias. Detección de necesidades

INDICADORES (cuando el indicador se mide en porcentaje o sea una tasa el valor aparece de 0 a 1)

TIPO ESTUDIO	CÓDIGO	INDICADOR	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
GRADO	IN01	IN01 Número de plazas ofertadas Grados			390	390	390	385	385
	IN02	IN02 Matrícula fase final Grados			403	402	396	406	421
	IN03	IN03 Matrícula estudiantes en primera opción Grados			336	332	317	348	335
	IN04	IN04 Núm Alumnos de Nuevo Ingreso en la Titulación			400	397	380	389	423
	IN05	IN05 Tasa de ocupación Grados (IN02/IN01)			1,03	1,03	1,02	1,05	1,09
	IN06	IN06 Tasa de preferencia Grados			1,88	1,99	1,75	1,65	1,69
	IN07	IN07 Nota media de admisión (ingreso)			10,45	10,76			
	IN08	IN08 Nota de corte (min nota admisión)			8,85	9,12	7,83	7,52	
	IN09	IN09 Estudiantes matriculados en la titulación			1628	1625	1607	1602	1574

Facultad de Ciencias de la Comunicación

TIPO ESTUDIO	CÓDIGO	INDICADOR	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
GRADO	IN10	IN10 Número medio de créditos matriculados por estudiante			54,58	54,48	54,85	55,35	55
	IN11	IN11 Tasa de Rendimiento (dwh)			0,92	0,88	0,89	0,9	
	IN12	IN12 Tasa de Éxito (dwh)			0,96	0,94	0,96	0,96	
	IN14	IN14 Tasa de Evaluación (dwh)			0,95	0,94	0,93	0,94	
	IN15	IN15 Estudiantes egresados			369	298	328	329	
	IN16	IN16 Tasa de Abandono DWH	0,08	0,1	0,11	0,07	0,06	0,08	
	IN19	IN19 Duración media Grados de 4 años	4,6	4,75	4,65				
	IN29	IN29 Nivel de satisfacción del estudiante con las actividades de apoyo a la formación (1-5)		3,14	3				
	IN30	IN30		4,45		4,49	4,54	4,45	
	IN31	IN31 Satisfacción del estudiante con los sistemas de evaluación (P11 y 12 CANP)		4,16		4,15	4,24	4,2	
	IN32	IN32 Prácticas externas curriculares matriculadas		225	232	242	202	224	
	IN33	IN33 Nivel de satisfacción del estudiante con las prácticas externas curriculares				4,45	4,37	4,32	
	IN34	IN34 Nivel de satisfacción del estudiante con las prácticas externas extracurriculares				4,41	4,41	4,55	
	IN35	IN35 Nivel de satisfacción del empresario con las prácticas externas extracurriculares				4,25	4,52	3,99	
	IN36	IN36 Nº de estudiantes en movilidad	108	97	47	323	252	314	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

TIPO ESTUDIO	CÓDIGO	INDICADOR	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
GRADO	IN36	IN36 Nº de estudiantes en movilidad internacional							
		IN36 Número de estudiantes MOVILIDAD SALIENTE	108	97	35	109	90	84	
		IN36 Número de estudiantes que participan en movilidad SALIENTE	108	97	35	109	90	84	
		IN36 Número de estudiantes que participan en movilidad saliente ERASMUS	80	61	25	64	59	56	
		IN36 Número de estudiantes que participan en movilidad saliente para SICUE-SENECA	17	21	6	27	19	19	
		IN36 Tasa de estudiantes movilidad saliente dividido por Núm Alumnos Graduados	0,32	0,31	0,09	0,37	0,27	0,26	
	IN37	IN37 1 Nº de respuestas	83			64	24	47	
		IN37 2 Tasa de participación encuesta movilidad salitente	0,77			0,59	0,27	0,56	
		IN37 Nivel de satisfacción del estudiantes que participa en programas de movilidad saliente	4,71	4,57	4,66	4,62	4,83	4,6	
	IN38	IN38 Número de estudiantes que participan en movilidad para ENTRANTE ERASMUS				142	121	191	
		IN38 Número de estudiantes que participan en movilidad para ENTRANTE para SICUE-SENECA			12	72	41	39	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

TIPO ESTUDIO	CÓDIGO	INDICADOR	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
GRADO	IN38	IN38 Número de estudiantes que participan en programas de movilidad entrante			12	214	162	230	
	IN42	IN42 Nivel de satisfacción del estudiante con los estudios (1-5)	2,94		3,36		3,14	3,37	
	IN43	IN43 Nivel de satisfacción general del egresado con el título (1-5)	2,88	3,14	3,33	3,26	3,25	3,37	
	IN44	IN44 Nota media TFG-M	6,43	7,31	7,44	8,28	7,52	7,34	
	IN47	IN47 Tasa de idoneidad (cohorte nuevo ingreso)	53,25	54,28	57,04				
	IN49	IN49 Nivel de satisfacción del empresario con las prácticas externas curriculares				4,1	4,63	4,45	
	IN53	IN53 Satisfacción del egresado con el trabajo fin de estudios		3,82	3,75	3,99	3,92	4,04	
	IN54	IN54 Tasa de adecuación de la titulación		0,53	0,55	0,52	0,58	0,64	0,65
MÁSTER	IN01	IN01 Número de plazas ofertadas Máster para 1			105	105	105	105	105
	IN02	IN02 Matrícula fase final Máster			96	92	91	87	88
	IN03	IN03 Solicitudes 1ª opción Máster DUA			170	148	157	161	188
	IN04	IN04 Núm Alumnos de Nuevo Ingreso en la Titulación			77	73	72	72	79
	IN05	IN05 Tasa de ocupación Máster (IN02/IN01)			0,91	0,88	0,87	0,83	0,84
	IN06	IN06 Tasa de demanda Máster (Demanda/oferta)			1,62	1,41	1,5	1,53	1,79

Facultad de Ciencias de la Comunicación

TIPO ESTUDIO	CÓDIGO	INDICADOR	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
MÁSTER	IN09	IN09 Estudiantes matriculados en la titulación			124	130	121	119	105
	IN10	IN10 Número medio de créditos matriculados por estudiante			41,98	40,06	40,98	40,44	47,97
	IN11	IN11 Tasa de Rendimiento (dwh)			0,8	0,81	0,87	0,85	
	IN12	IN12 Tasa de Éxito (dwh)			0,98	0,99	0,99	0,99	
	IN14	IN14 Tasa de Evaluación (dwh)			0,82	0,82	0,87	0,86	
	IN15	IN15 Estudiantes egresados			55	58	63	64	
	IN16	IN16 Tasa de Abandono DWH	0,08	0,04	0,05	0,08	0,12	0,12	
	IN19	IN19 Duración media Másteres de 1 año	1,28	1,4	1,44				
	IN29	IN29 Nivel de satisfacción del estudiante con las actividades de apoyo a la formación (1-5)		4,660		5			
	IN30	IN30		4,78		4,69	4,55	4,61	
	IN31	IN31 Satisfacción del estudiante con los sistemas de evaluación (P11 y 12 CANP)		4,72		4,54	4,39	4,49	
	IN34	IN34 Nivel de satisfacción del estudiante con las prácticas externas extracurriculares				4,54	4,25	4,2	
	IN35	IN35 Nivel de satisfacción del empresario con las prácticas externas extracurriculares				4,48	4,57	3,29	
	IN36	IN36 Nº de estudiantes en movilidad	1			4	2	7	
		IN36 Nº de estudiantes en movilidad internacional							

Facultad de Ciencias de la Comunicación

TIPO ESTUDIO	CÓDIGO	INDICADOR	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
MÁSTER	IN36	IN36 Número de estudiantes MOVILIDAD SALIENTE	1			0	0	0	
		IN36 Número de estudiantes que participan en movilidad SALIENTE	1			0	0	0	
		IN36 Número de estudiantes que participan en movilidad saliente ERASMUS	1			0	0	0	
		IN36 Tasa de estudiantes movilidad saliente dividido por Núm Alumnos Graduados	0,02			0	0	0	
	IN37	IN37 Nivel de satisfacción del estudiantes que participa en programas de movilidad saliente		5					
	IN38	IN38 Número de estudiantes que participan en movilidad para ENTRANTE ERASMUS				4	2	7	
		IN38 Número de estudiantes que participan en programas de movilidad entrante				4	2	7	
	IN42	IN42 Nivel de satisfacción del estudiante con los estudios (1-5)	2,27		3,5	3,71	2,6	2,33	
	IN43	IN43 Nivel de satisfacción general del egresado con el título (1-5)	2,96	4,51	3,25	3,97	3,29	3,54	
	IN44	IN44 Nota media TFG-M	6,75	7,01	7,21	7,83	7,44	7,43	
	IN47	IN47 Tasa de idoneidad (cohorte nuevo ingreso)	52,98	52,65	39,43	56,84	45,81	51,32	
	IN53	IN53 Satisfacción del egresado con el trabajo fin de estudios		4,880	2,5	4,05	3,42	3,92	

ACCIONES DE MEJORA EN PROCESO

CURSO	DENOMINACIÓN	Titulación
2016-17	Modificación del formato de la guía docente y de la aplicación en PROA en la que se detallan las horas de dedicación del estudiante	GRADUADO/A EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
2017-18	Se recomienda a los responsables del título analizar la significativa disparidad de resultados en la valoración del Máster por alumnos y profesores, y proponer acciones en el plan de mejora para aumentar la satisfacción entre el primero de ambos grupos de	MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, AUDIENCIAS Y PRÁCTICA PROFESIONA
2018-19	Se recomienda realizar un análisis de la satisfacción de los implicados (principalmente egresados y empleadores) mediante los procedimientos descritos en el SGC o con información recabada por otros medios (grupos de discusión) si el número de cuestionario	MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, AUDIENCIAS Y PRÁCTICA PROFESIONA
2020-21	Se recomienda analizar por qué el grado de adecuación al puesto de trabajo es tan bajo entre los egresados recientes	GRADUADO/A EN PERIODISMO
2020-21	Se recomienda mantener una comunicación fluida con los egresados a través de redes sociales como LinkedIn o una asociación Alumni	GRADUADO/A EN PERIODISMO
2020-21	Se recomienda analizar por qué el grado de adecuación al puesto de trabajo es tan bajo entre los egresados recientes	GRADUADO/A EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
2023-24	ABORDAJE OBJETIVOS DESARROLLO SOSTENIBLE	
2023-24	RUBRICA DE TFM	

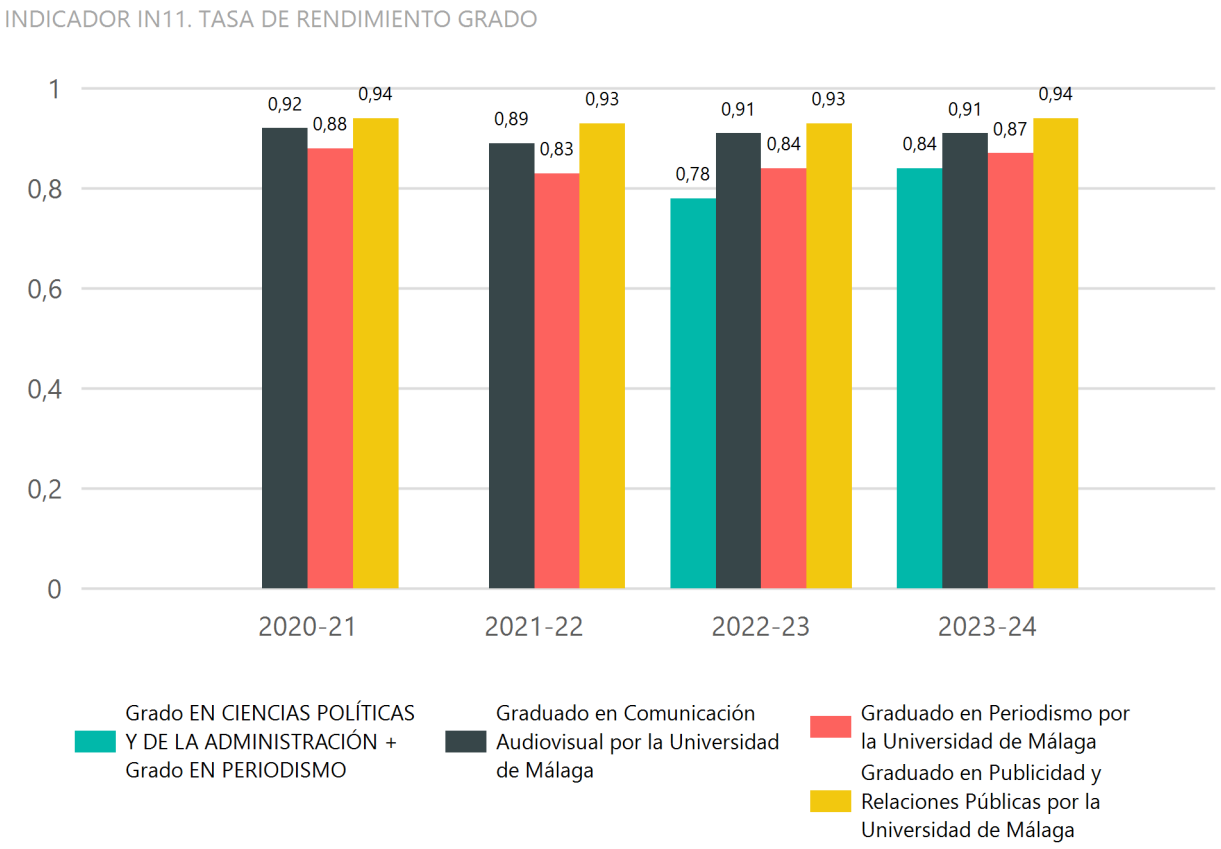
ANEXO II INDICADORES POR TITULACIÓN

DEFINICIÓN DE LA TASA DE RENDIMIENTO

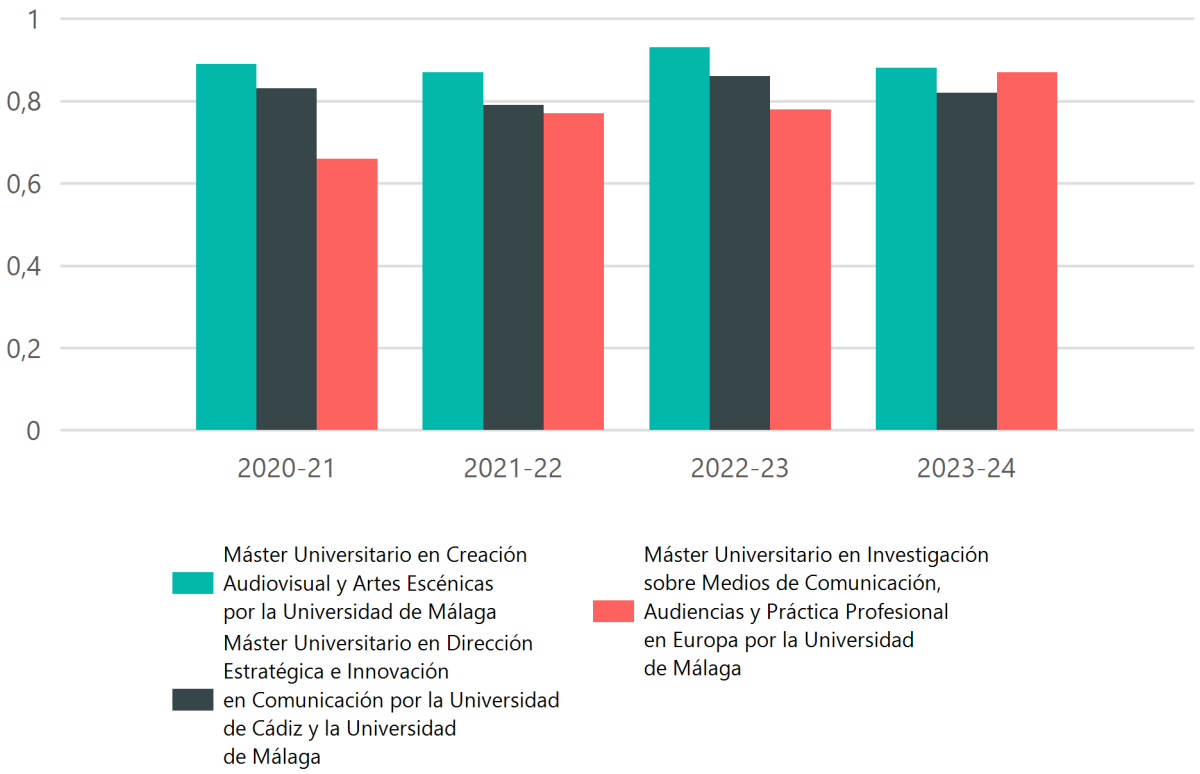
Relación porcentual entre el número de créditos superados por los estudiantes matriculados en un curso académico y el número total de créditos matriculados en dicho curso académico (los créditos reconocidos y transferidos no están incluidos dentro de los créditos superados ni en los créditos matriculados).

JUSTIFICACIÓN DE LA TASA DE RENDIMIENTO

El indicador mide la dificultad/facilidad con que los estudiantes superan las materias en las que se matriculan. Para un curso académico se obtiene como la relación porcentual entre el número de créditos ordinarios superados y el número total de créditos ordinarios matriculados. Cuanto más alejados estén los valores del 100%, la tasa de rendimiento indica la mayor dificultad para superar los módulos o materias. La observación de la tendencia de la tasa de rendimiento puede ayudar a definir e implantar acciones de mejora como la monitorización de los estudiantes en el proceso de matrícula o introducir ajustes en la secuenciación de los módulos/materias en el plan de estudios.



INDICADOR IN11. TASA DE RENDIMIENTO - MÁSTER

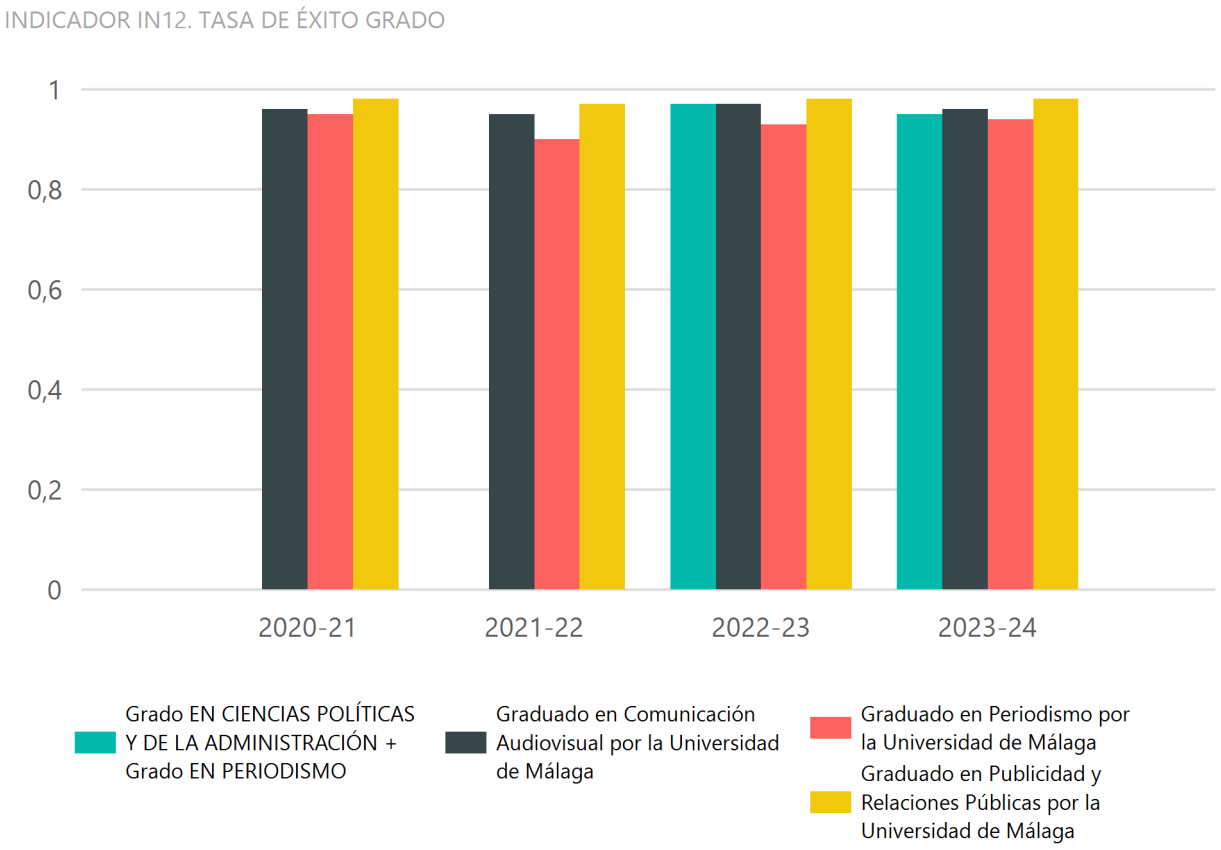


DEFINICIÓN DE LA TASA DE ÉXITO

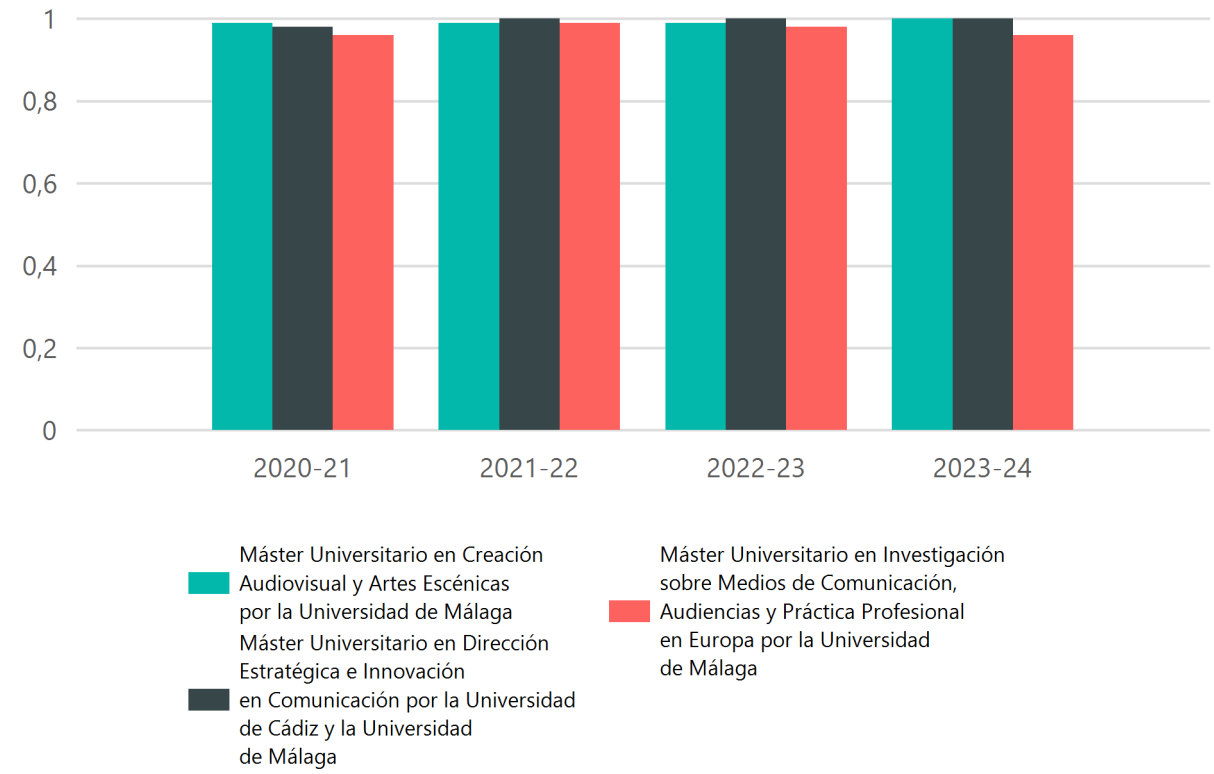
Relación porcentual entre el número de créditos superados por los estudiantes matriculados en un curso y el número total de créditos presentados a examen en dicho curso académico (los créditos reconocidos y transferidos no están incluidos dentro de los créditos superados ni en los créditos matriculados).

JUSTIFICACIÓN DE LA TASA DE ÉXITO

El indicador mide la facilidad/dificultad con que los estudiantes superan las materias de las que se examinan. Para un curso académico la tasa se obtiene como la relación porcentual entre el número de créditos aprobados y número de créditos presentados a examen. Una tasa de éxito alejada del 100% indicará dificultad de los estudiantes para superar los exámenes, lo que permitirá adoptar las medidas de revisión de los sistemas e instrumentos de evaluación utilizados.



INDICADOR IN12. TASA DE ÉXITO - MÁSTER

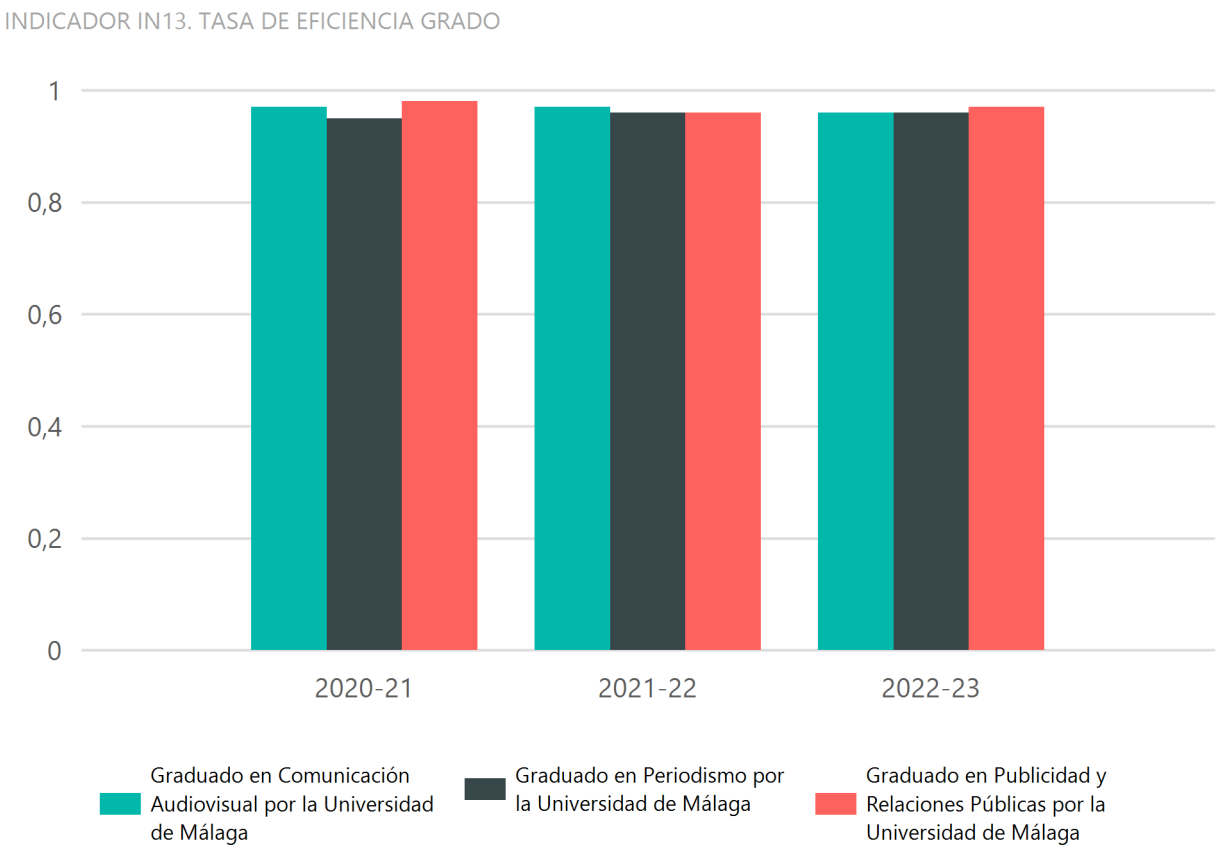


DEFINICIÓN DE LA TASA DE EFICIENCIA

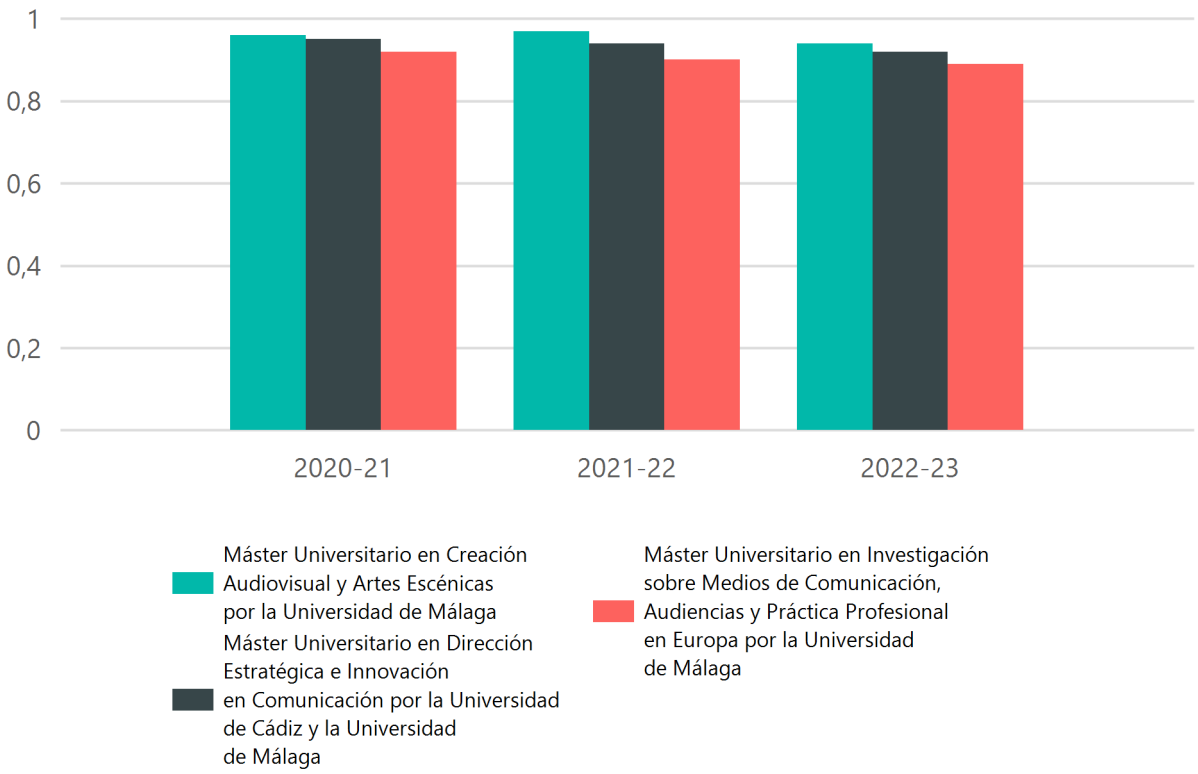
Relación porcentual entre el número total de créditos que ha superado un estudiante a lo largo de la titulación en la que ha sido egresado y el número total de créditos en los que se ha matriculado.

JUSTIFICACIÓN DE LA TASA DE EFICIENCIA

El indicador muestra el exceso de créditos que han requerido los estudiantes de una cohorte para obtener el título, midiendo la diferencia entre el número de créditos efectivamente matriculados por los graduados respecto a los créditos en que debían de haberse matriculado. La tasa se obtiene el año académico siguiente al de graduación de los estudiantes en el título. Si la tasa toma valores alejados del 100% se puede concluir que los estudiantes graduados han tenido que realizar múltiples matrículas en algunas materias del plan de estudios, pudiendo indicar la especial dificultad de las mismas.



INDICADOR IN13. TASA DE EFICIENCIA - MÁSTER

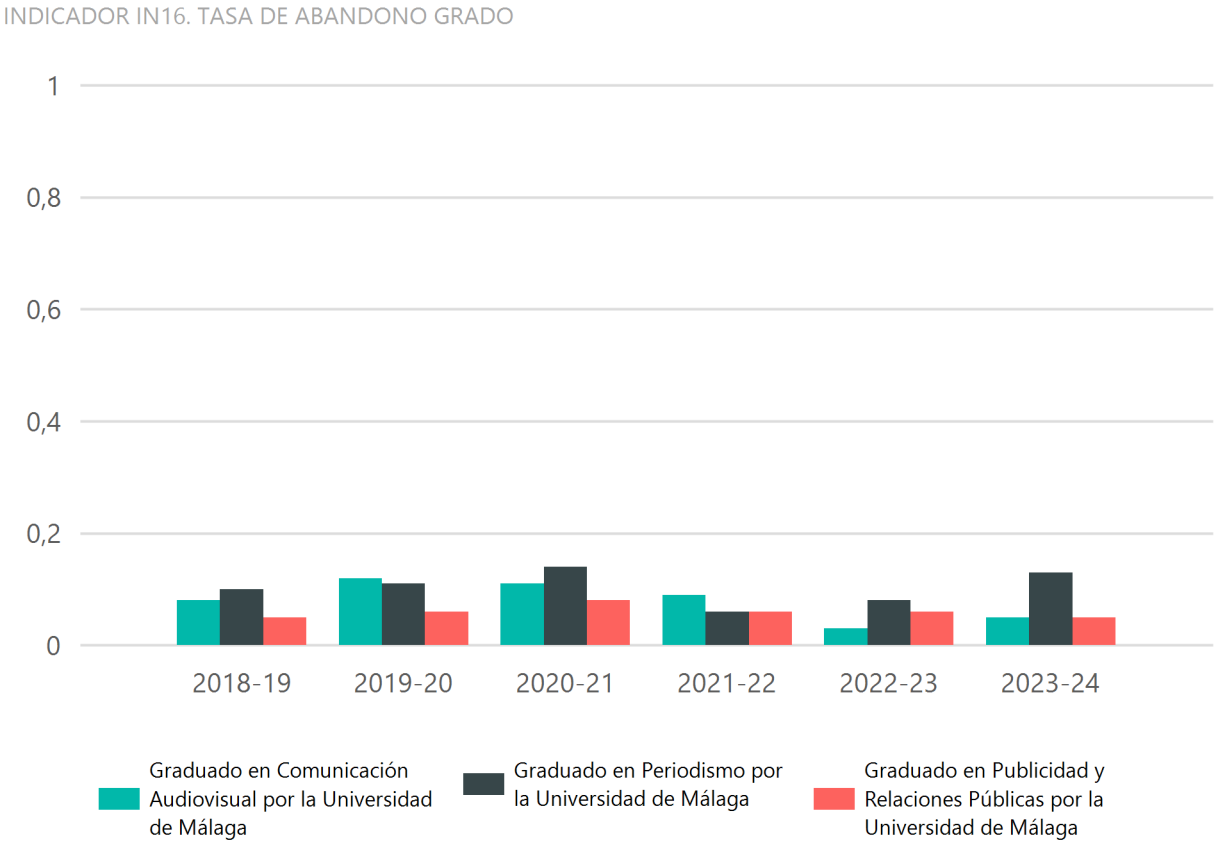


DEFINICIÓN DE LA TASA DE ABANDONO

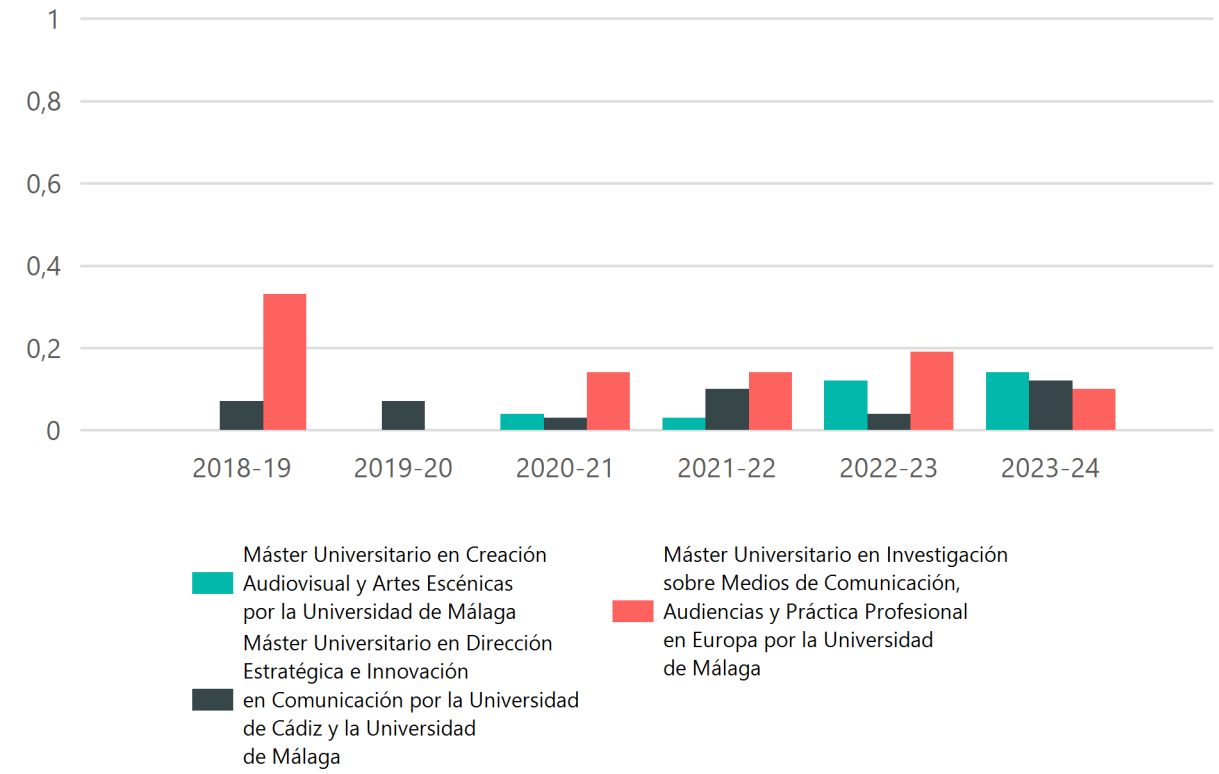
Porcentaje de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso en el curso X, matriculados en el título T, en la universidad U, que sin haberse graduado en ese título no se han matriculado en él durante dos cursos seguidos.

JUSTIFICACIÓN DE LA TASA DE ABANDONO

El indicador mide el porcentaje de estudiantes que abandonan en los tres primeros cursos del título con respecto a los que se matricularon el primer año en primer curso. El cálculo permite la observación y análisis anual de la cohorte de entrada considerada. Para un curso académico se obtiene como la relación porcentual entre los estudiantes de una cohorte matriculados en el curso X que no se han vuelto a matricular en los cursos X+1 y X+2 y el número total de estudiantes de la misma cohorte que accedieron al título en el curso X. La observación de la tendencia puede permitir detectar dónde se produce el abandono y, si es necesario, adoptar las medidas que se crean oportunas.



INDICADOR IN16. TASA DE ABANDONO - MÁSTER



DEFINICIÓN DE LA TASA DE GRADUACIÓN
Porcentaje de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso que finalizan la enseñanza en el tiempo teórico previsto en el plan de estudios o un curso más.
Solo se tienen en cuenta los alumnos activos para el cálculo de la tasa de graduación, quedando excluidos del numerador y denominador los alumnos que estén en otra situación. También quedan excluidos los alumnos que tienen más de 30 créditos convalidados.
Para el cálculo de la tasa se aporta el resultado en el último curso que entra a formar parte del cálculo.
JUSTIFICACIÓN DE LA TASA DE GRADUACIÓN
El indicador mide la proporción de estudiantes que consiguen acabar el título en el tiempo previsto en el plan de estudios, más un año, respecto a los estudiantes matriculados inicialmente, por cohorte de entrada en el título. La tasa pretende calibrar el ajuste entre el diseño inicial del plan de estudios y su implantación, al objeto de que los estudiantes finalicen sus estudios en un periodo de tiempo razonable. Los valores alejados del 100% pueden indicar desajustes en la formación previa de los estudiantes, en la dificultad de las materias, en la planificación o en la evaluación de los aprendizajes.

INDICADOR IN18. TASA DE GRADUACIÓN GRADO

No Data Available

INDICADOR IN18. TASA DE GRADUACIÓN - MÁSTER

No Data Available

TABLA NUMÉRICA DE INDICADORES POR CRITERIO Y TITULACIÓN

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Nivel de Satisfacción del Estudiante con la información pública web	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					1,91	2	
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			3,14		2,94	3,03	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			3		2,88	3,19	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			3,88		2,94	3,14	
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga					2,62	1,92	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga			5	3,78			

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Nivel de Satisfacción del Estudiante con la información pública web	MÁSTER	Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga			3,14		2,05		
	Satisfacción del profesor con la información pública del título en la web	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO						4	
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			2,82		5	3,73	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			3,94	4,5	3,33	4	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			3,58	4,6		4	
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga			2,5	5		4,1	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Satisfacción del profesor con la información pública del título en la web	MÁSTER	Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga			4,17	4,29		4,35	
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga			3,5			4,5	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Tasa de respuesta del cuestionario de estudiantes del SGC	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga	0,23	0,03	0,06		0,22	0,3	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga	0,18	0,03	0,01		0,26	0,36	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga	0,14	0,02	0,02		0,11	0,29	
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga	0,55	0,05			0,09	0,15	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga	0,18		0,05	0,16			
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga	0,25	0,12	0,2		0,38		

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Tasa de respuesta cuestionarios egresados	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga	0,39	0,06	0,05	0,45	0,27	0,99	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga	0,4	0,14	0,05	0,5	0,41	0,97	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga	0,21	0,1	0,07	0,28	0,32	0,92	
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga	0,19	0,05		0,25	0,25	0,73	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga	0,19	0,13	0,1	0,38	0,26	0,62	
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga	0,25	0,31	0,17	0,5	0,67	0,33	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Tasa de respuesta del cuestionario de profesores del SGC	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga	0,25	0,11	0,13		0,02	0,29	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga	0,15	0,11	0,21	0,04	0,02	0,28	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga	0,17	0,04	0,1	0,11		0,2	
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga	0,25	0,04	0,04	0,04		0,25	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga	0,36	0,07	0,17	0,61		0,32	
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga	0,17		0,13			0,14	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Número de plazas ofertadas Grados	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					10	10	10
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			130	130	130	130	130
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			130	130	120	120	120
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			130	130	130	125	125
	Número de plazas ofertadas Máster	MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga			35	35	35	35	35
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga			35	35	35	35	35

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Número de plazas ofertadas Máster	MÁSTER	Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga			35	35	35	35	35
	Matrícula fase final Grados	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					13	9	18
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			134	131	131	137	140
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			135	135	121	130	128
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			134	136	131	130	135
	Matrícula fase final Máster	MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga			36	34	35	32	28

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Matrícula fase final Máster	MÁSTER	Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga			35	36	33	35	38
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga			25	22	23	20	22
	Matrícula estudiantes en primera opción Grados	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					9	7	11
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			104	111	112	116	120
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			115	109	93	107	102
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			117	112	103	118	102

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Solicitudes 1ª opción Máster DUA	MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga			59	61	62	56	62
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga			65	59	66	78	96
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga			46	28	29	27	30
	Núm Alumnos de Nuevo Ingreso en la Titulación	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					13	16	26
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			136	128	127	130	137
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			132	136	111	117	126

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Núm Alumnos de Nuevo Ingreso en la Titulación	GRADO	Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			132	133	129	126	134
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga			32	29	28	24	28
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga			24	24	29	29	32
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga			21	20	15	19	19
	Tasa de ocupación Grados (IN02/IN01)	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					1,3	0,9	1,8
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			1,03	1,01	1,01	1,05	1,08

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Tasa de ocupación Grados (IN02/IN01)	GRADO	Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			1,04	1,04	1,01	1,08	1,07
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			1,03	1,05	1,01	1,04	1,08
	Tasa de ocupación Máster (IN02/IN01)	MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga			1,03	0,97	1	0,91	0,8
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga			1	1,03	0,94	1	1,09
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga			0,71	0,63	0,66	0,57	0,63
	Tasa de demanda Máster (Demanda/oferta)	MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga			1,69	1,74	1,77	1,6	1,77

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Tasa de demanda Máster (Demanda/oferta)	MÁSTER	Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga			1,86	1,69	1,89	2,23	2,74
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga			1,31	0,8	0,83	0,77	0,86
	Tasa de preferencia Grados	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					3,1	1,4	7,2
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			1,86	2,46	2,04	1,61	1,63
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			1,79	1,59	1,42	1,54	1,41
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			1,98	1,92	1,66	1,81	1,59

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Nota media de admisión (ingreso)	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			10,19	10,76			
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			10,5	10,67			
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			10,64	10,86			
	Nota de corte (min nota admisión)	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			8,85	9,5	9,54	8,54	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			8,86	9,12	7,83	7,52	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			9,09	9,38	9,5	9,15	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Profesorado Universidad de Málaga	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga		53	53	50	52	56	50
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga		53	57	54	52	54	48
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga		57	58	56	56	59	56
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga		25	23	23	19	20	20
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga		15	18	18	18	19	19
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga		22	23	23	25	29	23

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Número de profesores evaluados positivamente con DOCENTIA o similar 1	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			1			6	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga		8	5	1	1		
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga		3	5	3		7	
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga		3	1	2	1		
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga			1	2	2		
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga		2	1	5		1	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Profesores que han realizado cursos de formación	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga		26	20	26	24	24	1
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga		24	21	30	24	21	1
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga		25	24	25	27	27	1
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga		11	8	15	8	5	1
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga		5	5	8	9	8	1
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga		10	10	13	11	9	1

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Profesores que participan en Proyectos de Innovación Educativa *	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga		34			36		
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga		26			32		
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga		34			37		
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga		17			12		
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga		9			15		
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga		14			18		

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Profesores doctores	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga		43	43	42	44	51	47
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga		42	45	46	46	47	44
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga		44	48	47	49	48	50
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga		25	23	23	19	20	20
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga		15	18	18	18	19	19
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga		22	23	23	24	28	22

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Nivel de satisfacción del estudiante con respecto a la actividad docente Título CANP (1-5)	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					4,2	4,5	
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga		4,38		4,28	4,33	4,19	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga		4,3		4,31	4,43	4,46	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga		4,3		4,5	4,5	4,4	
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga		4,88		4,59	4,54	4,55	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga		4,76		4,49	4,63	4,71	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Nivel de satisfacción del estudiante con respecto a la actividad docente Título CANP (1-5)	MÁSTER	Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga		4,75		4,72	4,27	4,51	

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Prácticas externas curriculares matriculadas	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga		63	86	80	84	80	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga		76	66	80	44	72	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga		86	80	82	74	72	
	Total prácticas curriculares +extra	MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga				5	3	1	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga				5	13	7	
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga				9	1	5	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Nivel de satisfacción del estudiante con las prácticas externas curriculares	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga				4,48	4,32	4,24	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga				4,66	4,54	4,42	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga				4,23	4,31	4,3	
	Nivel de satisfacción del estudiante con las prácticas externas extracurriculares	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga				4,23	4,4	4,3	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga				4,67	4,38	4,86	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga				4,21	4,47	4,46	
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga				4,57	5	5	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Nivel de satisfacción del estudiante con las prácticas externas extracurriculares	MÁSTER	Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga				4,33	4	3	
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga				4,66	4	5	
	Nivel de satisfacción del empresario con las prácticas externas extracurriculares	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga				4,2	4,55	3,96	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga				4,41	4,31	4,16	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga				4,14	4,75	3,89	
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga				4,17		1	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Nivel de satisfacción del empresario con las prácticas externas extracurriculares	MÁSTER	Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga				4,29	4,5	4	
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga				4,83	5	3	
	Nº de estudiantes en movilidad	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					4	7	
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga	29	25	10	140	94	138	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga	35	34	12	108	82	96	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga	44	38	25	168	125	164	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Nº de estudiantes en movilidad	MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga	1				1	1	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga				3	1	5	
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga				2	1	2	
	Nivel de satisfacción del estudiantes que participa en programas de movilidad saliente	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga	4,67	4,59	4,8	4,3	5	4,45	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga	4,58	4,57	4,67	4,86	4,57	4,8	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga	4,89	4,52	4,5	4,71	4,92	4,54	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Nivel de satisfacción del estudiantes que participa en programas de movilidad saliente	MÁSTER	Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga		5					
	Número de estudiantes que participan en programas de movilidad entrante	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					4	7	
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			3	108	69	104	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			4	86	62	85	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			5	113	80	125	
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga					1	1	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Número de estudiantes que participan en programas de movilidad entrante	MÁSTER	Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga				3	1	5	
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga				2	1	2	
	Satisfacción con los servicios del Centro	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					3,34	5	
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga	3,6	3,81	3,73		3,55	3,72	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga	3,7	3,69	3,34		3,47	3,7	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga	3,66	3,29	4,17		3,36	3,66	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Satisfacción con los servicios del Centro	MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga	3,89	5			4,12	3,28	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga	3,83		4,25	4,25			
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga	3,99	4,33	3,84		3,3		
	Nivel de Satisfacción con las Aulas, talleres, laboratorios y otros espacios de docencia	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					3,24	5	
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga	3,12	2,96	3,57		3,52	3,46	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga	3,75	3,55	3,24		3,4	3,7	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Nivel de Satisfacción con las Aulas, talleres, laboratorios y otros espacios de docencia	GRADO	Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga	3,51	2,84	4,29		3,25	3,51	
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga	3,84	5			3,79	2,64	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga	3,68		5	4			
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga	3,5	4,33	4,12		3,18		
	Nivel de satisfacción del empresario con las prácticas externas curriculares	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga				3,97	4,69	4,51	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga				4,21	4,5	4,39	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Nivel de satisfacción del empresario con las prácticas externas curriculares	GRADO	Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga				4,14	4,64	4,44	
	Satisfacción del PAS adscrito al Centro	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO		4,03	4,04	4,13	4,07	4,06	
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga		4,03	4,04	4,13	4,07	4,06	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga		4,03	4,04	4,13	4,07	4,06	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga		4,03	4,04	4,13	4,07	4,06	
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga		4,03	4,04	4,13	4,07	4,06	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga		4,03	4,04	4,13	4,07	4,06	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Satisfacción del PAS adscrito al Centro	MÁSTER	MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA POR LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA		4,03	4,04	4,13	4,07	4,06	
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga		4,03	4,04	4,13	4,07	4,06	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Estudiantes matriculados en la titulación	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					13	18	43
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			535	550	537	546	531
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			538	522	498	496	464
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			555	553	559	542	536
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga			46	48	43	39	38
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga			43	43	49	48	42

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Estudiantes matriculados en la titulación	MÁSTER	Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga			35	39	29	32	25
	Número medio de créditos matriculados por estudiante	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					72	71,33	70,05
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			55,99	55,29	55,44	54,68	54,33
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			54,64	55,68	56,07	56,31	58,29
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			53,18	52,56	52,8	54,61	51,6
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga			44,8	40,56	42,63	40	46,18

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Número medio de créditos matriculados por estudiante	MÁSTER	Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga			39,77	38,16	41,88	40,94	49,21
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga			40,97	41,54	37,03	40,22	48,6
	Tasa de Rendimiento (dwh)	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					0,78	0,84	
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			0,92	0,89	0,91	0,91	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			0,88	0,83	0,84	0,87	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			0,94	0,93	0,93	0,94	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Tasa de Rendimiento (dwh)	MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga			0,89	0,87	0,93	0,88	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga			0,83	0,79	0,86	0,82	
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga			0,66	0,77	0,78	0,87	
	Tasa de Éxito (dwh)	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					0,97	0,95	
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			0,96	0,95	0,97	0,96	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			0,95	0,9	0,93	0,94	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Tasa de Éxito (dwh)	GRADO	Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			0,98	0,97	0,98	0,98	
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga			0,99	0,99	0,99	1	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga			0,98	1	1	1	
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga			0,96	0,99	0,98	0,96	
	Tasa de Eficiencia RD 1393 (Créditos necesarios/ matriculados)	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			0,97	0,97	0,96		
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			0,95	0,96	0,96		

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Tasa de Eficiencia RD 1393 (Créditos necesarios/ matriculados)	GRADO	Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			0,98	0,96	0,97		
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga			0,96	0,97	0,94		
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga			0,95	0,94	0,92		
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga			0,92	0,9	0,89		
	Tasa de Evaluación (dwh)	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					0,79	0,88	
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			0,96	0,94	0,93	0,94	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Tasa de Evaluación (dwh)	GRADO	Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			0,93	0,91	0,9	0,93	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			0,96	0,95	0,95	0,96	
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga			0,9	0,87	0,94	0,88	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga			0,84	0,79	0,86	0,82	
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga			0,69	0,78	0,8	0,91	
	Estudiantes egresados	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			109	110	100	114	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Estudiantes egresados	GRADO	Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			132	82	95	102	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			128	106	133	113	
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga			23	24	24	22	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga			20	16	27	24	
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga			12	18	12	18	
	Tasa de Abandono DWH	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga	0,08	0,12	0,11	0,09	0,03	0,05	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Tasa de Abandono DWH	GRADO	Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga	0,1	0,11	0,14	0,06	0,08	0,13	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga	0,05	0,06	0,08	0,06	0,06	0,05	
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga	0	0	0,04	0,03	0,12	0,14	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga	0,07	0,07	0,03	0,1	0,04	0,12	
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga	0,33	0	0,14	0,14	0,19	0,1	
	Tasa de cambio del estudio en 1er año (cohorte de nuevo ingreso) SIIU	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			0	0,04			

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Tasa de cambio del estudio en 1er año (cohorte de nuevo ingreso) SIIU	GRADO	Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			0,04	0,08			
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			0,04	0,02			
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga			0,03	0,03			
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga			0	0			
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga			0,04	0			
	Tasa global de cambio del estudio (cohorte de nuevo ingreso) SIIU	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga	5,65	4,8					

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Tasa global de cambio del estudio (cohorte de nuevo ingreso) SIIU	GRADO	Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga	12,5	4,24					
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga	5,88	2,59					
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga	0	0					
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga	0	0					
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga	0	0					
	Duración media Grados de 4 años	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga	4,46	4,84	4,55				

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Duración media Grados de 4 años	GRADO	Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga	4,7	4,66	4,7				
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga	4,65	4,75	4,67				
	Duración media Másteres de 1 año	MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga	1,1	1,19	1,39				
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga	1,34	1,48	1,4				
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga	1,5	1,62	1,58				
	Tasa de renovación de la titulación SIIU %	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga	23,01	22,94	25,36	23,33	23,61	23,59	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Tasa de renovación de la titulación SIIU %	GRADO	Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga	21,09	21,49	25	25,87	22,09	23,25	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga	19,97	20,9	23,25	24,14	23,47	23,26	
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga	84,85	37,5	69,57	61,7	70	61,54	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga	62,5	29,17	58,14	57,14	62,5	60,42	
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga	58,33	40,62	63,16	53,85	58,62	59,38	
	Nivel de Satisfacción del Estudiante con la coordinación del profesorado	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					1,82	3	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Nivel de Satisfacción del Estudiante con la coordinación del profesorado	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			2,81		2,39	2,91	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			2,6		2,72	3,23	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			4		2,71	2,99	
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga					2	1,67	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga			2	4			
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga			3,17		2,64		

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Satisfacción del estudiante con el cumplimiento de la planificación (P2 y 1 CANP)	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					4,35	4,61	
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga		4,51		4,44	4,49	4,28	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga		4,42		4,45	4,53	4,55	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga		4,42		4,58	4,64	4,48	
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga		4,87		4,7	4,56	4,54	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga		4,81		4,59	4,7	4,75	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Satisfacción del estudiante con el cumplimiento de la planificación (P2 y 1 CANP)	MÁSTER	Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga		4,72		4,77	4,35	4,58	
	Satisfacción del estudiante con los sistemas de evaluación (P11 y 12 CANP)	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					3,83	4,13	
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga		4,19		4,07	4,17	4,08	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga		4,1		4,1	4,24	4,28	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga		4,18		4,25	4,37	4,28	
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga		4,81		4,49	4,47	4,5	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Satisfacción del estudiante con los sistemas de evaluación (P11 y 12 CANP)	MÁSTER	Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga		4,69		4,45	4,5	4,73	
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga		4,71		4,67	4,15	4,29	
	Nivel de Satisfacción de los estudiantes con los estudios	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					3,18	5	
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga	2,73		3,17		3	3,04	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga	2,84		3,2		3,12	3,45	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga	3,25		4,11		3,47	3,62	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Nivel de Satisfacción de los estudiantes con los estudios	MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga	2				3	2,33	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga	2,8		3	3,71			
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga	2		3,57		2,45		
	Nota media TFG-M	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga	6,01	7,24	7,76	8,14	7,03	6,98	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga	6,17	6,61	7,35	8,37	7,42	7,22	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga	7,79	8,27	7,21	8,32	8,25	7,85	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Nota media TFG-M	MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga	6,21	6,16	7,48	7,97	7,57	7,54	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga	6,98	7,91	7,58	7,43	8,01	8,1	
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga	7,24	7,63	6,49	8,04	6,67	6,85	
	Tasa de idoneidad (cohorte nuevo ingreso)	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga	0,63	0,54	0,55				
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga	0,46	0,44	0,52				
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga	0,51	0,65	0,64				

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Tasa de idoneidad (cohorte nuevo ingreso)	MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga	0,68	0,73	0,47	0,66	0,43	0,46	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga	0,62	0,46	0,5	0,52	0,52	0,55	
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga	0,29	0,38	0,21	0,53	0,43	0,53	
	Satisfacción del egresado con el trabajo fin de estudios	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga		3,75	3,8	3,9	4	3,89	
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga		3,83	4,5	4,19	3,88	4,31	
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga		3,89	3,22	3,9	3,9	3,96	

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Satisfacción del egresado con el trabajo fin de estudios	MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga				3,67	3	3,93	
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga		5	2,5	3,83	3,71	4,27	
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga		4,75	2,5	4,44	3,38	3	
	Tasa de adecuación de la titulación	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO					0,42	0,64	0,25
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga		0,48	0,55	0,41	0,49	0,66	0,66
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga		0,57	0,58	0,65	0,71	0,7	0,76

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Tasa de adecuación de la titulación	GRADO	Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga		0,56	0,52	0,55	0,61	0,58	0,68

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Tasa de afiliación a la SS a los cuatro años de terminar (Estudio Junta de Andalucía))	MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga			0,75	1	0,88		
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga		0,92	0,8	0,7	0,96		
	Tasa de afiliación a la SS a los cuatro años de terminar (Inserción del Ministerio)	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga		0,47	0,53	0,47	0,52		
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga		0,58	0,64	0,62	0,64		
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga		0,63	0,62	0,6	0,62		
		MÁSTER	Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga					0,46		

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Nivel de Satisfacción del Estudiante apoyo a la formación (seminarios, talleres, charlas, etc)	GRADO	Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga		2,86					
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga		2,8					
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga		3,75	3				
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga		5					
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga				5			
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga		4,33					

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Nivel de satisfacción del estudiante con las actividades de orientación profesional (1-5)	GRADO	Grado EN CIENCIAS POLÍTICAS Y DE LA ADMINISTRACIÓN + Grado EN PERIODISMO			5	4,62	4,63	4,64	4,7
			Graduado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga			5	4,62	4,63	4,64	4,7
			Graduado en Periodismo por la Universidad de Málaga			5	4,62	4,63	4,64	4,7
			Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Málaga			5	4,62	4,63	4,64	4,7
		MÁSTER	Máster Universitario en Creación Audiovisual y Artes Escénicas por la Universidad de Málaga			5	4,62	4,63	4,64	4,7
			Máster Universitario en Dirección Estratégica e Innovación en Comunicación por la Universidad de Cádiz y la Universidad de Málaga			5	4,62	4,63	4,64	4,7

Facultad de Ciencias de la Comunicación

CRITERIO	Denominación indicador	TIPO	Titulación	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2025-26
	Nivel de satisfacción del estudiante con las actividades de orientación profesional (1-5)	MÁSTER	MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA POR LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA			5	4,62	4,63	4,64	4,7
			Máster Universitario en Investigación sobre Medios de Comunicación, Audiencias y Práctica Profesional en Europa por la Universidad de Málaga			5	4,62	4,63	4,64	4,7