



**MEMORIA DE RESULTADOS DEL TÍTULO  
CURSO 2021-2022  
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas**

**CRITERIO 1: INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE**

1.1 El título publica información completa y actualizada sobre las características del programa y su desarrollo operativo.

1.2 El título publica información sobre los resultados alcanzados y la satisfacción teniendo en cuenta todos los grupos de interés (profesorado, estudiantado, egresados, empleadores, personal de apoyo).

1.3 La institución publica el SIGC en el que se enmarca el título, así como todos los resultados de las revisiones realizadas, tanto en el seguimiento como en renovación de la acreditación.

**DESARROLLO DE ESTE CRITERIO EN EL TÍTULO, A TRAVÉS DE LOS PROCESOS DEL SGC**

**Valoración del criterio realizado por los responsables del título**

El nivel de satisfacción del estudiante con respecto a la coordinación de grado ha subido desde el pasado año del 3,06 al 3,10 de puntuación.

La satisfacción del estudiante con respecto a la web ha subido ligeramente de un 3,3 a un 3,4 y la del profesor con respecto a la web ha bajado mínimamente de un 4,08 a un 4,0. Esto significa que a pesar de la gran cantidad de información los públicos siguen avanzando en la buena percepción de la información pública del grado.

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

CÓDIGO INDICADOR	INDICADOR	Representación	2017-18	2018-19	2020-21	2021-22
IN28	IN28 Nivel de Satisfacción del Estudiante con la información pública web	(1-5)	3.51	3.32	3.89	



MEMORIA DE RESULTADOS DEL TÍTULO  
CURSO 2021-2022  
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas

CÓDIGO INDICADOR	INDICADOR	Representación	2017-18	2018-19	2020-21	2021-22
IN52	IN52 Satisfacción del profesor con la información pública del título en la web	(1-5)			3.58	4.6

**CRITERIO 2: SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD**

- 2.1. Responsables del Sistema Interno de Garantía de Calidad y Política de aseguramiento de la calidad
- 2.2. El SGC cuenta con un procedimiento de diseño, revisión y mejora del título.
- 2.3. EL SGC garantiza la recogida de información de los resultados del programa formativo y la satisfacción de todos los grupos de interés, para el adecuado análisis del título.
- 2.4. El SGC cuenta con un Plan de Mejora actualizado a partir del análisis y revisión de la información recogida. El plan de mejora debe recoger todas las acciones de mejora planteadas en el título. En cada una de estas acciones se debe especificar los indicadores que midan las acciones, los responsables, el nivel de prioridad, la fecha de consecución y la temporalización.

**DESARROLLO DE ESTE CRITERIO EN EL TÍTULO, A TRAVÉS DE LOS PROCESOS DEL SGC**

Valoración del criterio realizado por los responsables del título
Es cierto que hay un problema a la hora de recopilar información por parte de los distintos públicos, sobre todo en el sector estudiantes, sobre todo para que respondan a las encuestas de opinión; por eso se realizan Focus Group para obtener información cualitativa, más detallada sobre aspectos que no se tratan en las encuestas.

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



**MEMORIA DE RESULTADOS DEL TÍTULO  
CURSO 2021-2022  
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas**

<b>CÓDIGO INDICADOR</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>Representación</b>	<b>2018-19</b>	<b>2019-20</b>	<b>2020-21</b>	<b>2021-22</b>
IN45	IN45 Tasa de respuesta del cuestionario de estudiantes del SGC	Porcentaje	0.14	0.02	0.02	
IN46	IN46 Tasa de respuesta del cuestionario de egresados del SGC	Porcentaje	0.21	0.1	0.07	0.25
IN51	IN51 N° respuestas del cuestionario de profesores del SGC	Porcentaje	10	2	6	6
	IN51 Tasa de respuesta del cuestionario de profesores del SGC	Porcentaje	0.19	0.04	0.12	0.12

### CRITERIO 3.DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA FORMATIVO

- 3.1 El diseño del título está actualizado y se revisa periódicamente incorporando, si procede, acciones de mejora.
- 3.2 La modalidad de enseñanza (presencial, virtual (o no presencial) y/o híbrida (o semipresencial) se ajusta a lo establecido en la memoria del programa formativo.
- 3.3 Los procesos de gestión e implantación de la normativa aplicable al título se desarrollan de manera adecuada y benefician al desarrollo del programa formativo
- 3.4 Los criterios de admisión, el perfil del estudiante de ingreso y número de plazas son adecuadas y se ajustan a lo establecido en la memoria del programa formativo.
- 3.5 La coordinación docente permite la adecuada planificación del programa formativo asegurando que los resultados de aprendizaje son asumidos por el estudiantado.
- 3.6 Implantación de los títulos con estructuras específicas y de innovación docente.

### DESARROLLO DE ESTE CRITERIO EN EL TÍTULO, A TRAVÉS DE LOS PROCESOS DEL SGC



**MEMORIA DE RESULTADOS DEL TÍTULO  
CURSO 2021-2022  
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas**

**Valoración del criterio realizado por los responsables del título**

La nota media de admisión al grado ha ido subiendo progresivamente durante los cursos pasados, del 9,09 del curso anterior a 9,38 de el curso de evaluación. El número de alumnos de nuevo ingreso es de 133, siendo 132 el del pasado curso, y la tasa de ocupación es de 1,05.

No hay datos del nivel de satisfacción del estudiantado con el grado, pero sí del estudiante con respecto la actividad docente que sube de 4,31 a 4,50 en el curso 2021-22 con respecto al anterior.

Otros datos son positivos como la satisfacción del empresario con respecto a las prácticas extracurriculares (8,69). Para conseguir una mayor participación del alumnado en las encuestas, se ha echo otra ola, a través de asignaturas obligatorias de cada curso.

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

CÓDIGO INDICADOR	INDICADOR	Representación	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
IN01	IN01 Número de plazas ofertadas Grados	Valor absoluto	130	130	130	130	130
IN02	IN02 Matrícula fase final Grados	Valor absoluto	131	135	129	134	136
IN03	IN03 Matrícula estudiantes en primera opción Grados	Valor absoluto	117	120	117	117	112
IN04	IN04 Núm Alumnos de Nuevo Ingreso en la Titulación	Valor absoluto	126	130	124	132	133
IN05	IN05 Tasa de ocupación Grados (IN02/IN01)		1.01	1.04	0.99	1.03	1.05
IN06	IN06 Tasa de preferencia Grados	Porcentaje	2.05	1.82	1.78	1.98	1.92
IN07	IN07 Nota media de admisión (ingreso)	(0-10)	9.53	9.72	9.6	10.64	10.86



**MEMORIA DE RESULTADOS DEL TÍTULO  
CURSO 2021-2022  
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas**

<b>CÓDIGO INDICADOR</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>Representación</b>	<b>2017-18</b>	<b>2018-19</b>	<b>2019-20</b>	<b>2020-21</b>	<b>2021-22</b>
IN08	IN08 Nota de corte (min nota admisión)	(0-14)	8.33	8.22	8.3	9.09	9.38

**CRITERIO 4. PROFESORADO**

- 4.1 El personal académico reúne el nivel de cualificación y experiencia (docente e investigadora) adecuado y se corresponde con el comprometido en la memoria del programa formativo.
- 4.2 El personal académico implicado en el título es suficiente y su grado de dedicación es adecuado para llevar a cabo el programa formativo propuesto en relación al número del alumnado.
- 4.3 La actividad docente del personal académico es objeto de evaluación, teniendo en cuenta las características del programa formativo, de manera que se asegure que el proceso de aprendizaje se desarrolle de una manera adecuada.
- 4.4 Disponibilidad de criterios de selección y asignación de TFM o TFG.
- 4.5 En su caso, adecuación del perfil del profesorado que supervisa las prácticas externas y sus funciones.
- 4.6. En su caso, adecuación del perfil del profesorado que imparte enseñanza híbrida o virtual.
- 4.7 El alumnado está satisfecho con respecto a la actuación docente del profesorado.
- 4.8 El profesorado está satisfecho con el desarrollo del programa formativo.

**DESARROLLO DE ESTE CRITERIO EN EL TÍTULO, A TRAVÉS DE LOS PROCESOS DEL SGC**



**MEMORIA DE RESULTADOS DEL TÍTULO**  
**CURSO 2021-2022**  
**Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas**

**Valoración del criterio realizado por los responsables del título**

Se caracteriza por tener un alto grado de profesorado interno ((13), mientras que hay solo un catedrático, 11 Titulares, 11 Contratados Doctores, 2 Colaboradores y 7 Asociados.

Se percibe que el profesor cumple mejor con lo establecido en la guía docente con un 4,46 frente al 4,42 del pasado curso, como que el mismo informa adecuadamente de los aspectos de su guía sube de 4,56 a 4,5.

Se ha notado una mejoría en la coordinación entre las partes teóricas y prácticas de un 4,43 ha subido hasta el 4,5, así como las actividades desarrolladas, de un 4,43 a 4,5

Existe una tendencia a subir la puntuación de los indicadores, a pesar de que esa subida no es muy amplia.

El porcentaje de profesores que pueden pedir sexenio y los que lo tienen no es muy elevado (43%), mientras que ha subido el porcentaje de profesores doctores de un 73,85% a un 79,37%.

Con respecto a la participación en Proyectos de Innovación Educativa, 18 profesores han participado durante el curso pasado, pero no hay datos para el curso analizado.

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

CÓDIGO INDICADOR	INDICADOR	Representación	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
IN22	IN22 % de Profesorado Funcionario	Porcentaje	0.2	0.19	0.18	0.23	0.23
	IN22 Profesorado Funcionario	Porcentaje	11	11	10	13	13
	IN22 Profesorado Universidad de Málaga	Porcentaje	55	58	55	56	56
IN23	IN23 % de profesores con evaluación docente	Porcentaje	0.05	0.1	0.09	0.12	0.16



**MEMORIA DE RESULTADOS DEL TÍTULO  
CURSO 2021-2022  
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas**

<b>CÓDIGO INDICADOR</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>Representación</b>	<b>2017-18</b>	<b>2018-19</b>	<b>2019-20</b>	<b>2020-21</b>	<b>2021-22</b>
IN23	IN23 Número de profesores evaluados positivamente con DOCENTIA o similar	Porcentaje	3	6	5	7	9
IN24	IN24 % Profesores que han realizado cursos de formación	Porcentaje	0.45	0.33	0.38	0.27	0.3
	IN24 Profesores que han realizado cursos de formación	Porcentaje	25	19	21	15	17
IN25	IN25 % Profesores que participan en Proyectos de Innovación Educativa *	Porcentaje	0.33		0.33		
	IN25 Profesores que participan en Proyectos de Innovación Educativa *	Porcentaje	18		18		
IN26	IN26 % Profesores doctores	Porcentaje	0.76	0.79	0.78	0.85	0.84
	IN26 Profesores doctores	Porcentaje	39	42	39	41	41
IN39	IN39 Nivel de satisfacción del estudiante con respecto a la actividad docente Título CANP (1-5)	(1-5)		4.25	4.3	4.34	4.5

**CRITERIO 5. RECURSOS Y APOYO A LA DOCENCIA**



**MEMORIA DE RESULTADOS DEL TÍTULO  
CURSO 2021-2022  
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas**

- 5.1. El título cuenta con la infraestructura y los recursos adecuados teniendo en cuenta el tamaño de los grupos, el desarrollo de las actividades formativas y las metodologías de enseñanza-aprendizaje. El alumnado está satisfecho con las infraestructuras y recursos disponibles. El profesorado está satisfecho con las infraestructuras y recursos disponibles.
- 5.2. En su caso, las acciones realizadas para favorecer la movilidad del estudiantado son adecuadas a las características del programa formativo. El alumnado está satisfecho con los programas de movilidad. Los coordinadores de movilidad están satisfechos con los programas de movilidad.
- 5.3. En el caso de que el programa formativo incluya prácticas académicas externas, se desarrollan de manera adecuada, dispone de plazas suficientes con convenios de cooperación educativos específicos para el título. El alumnado está satisfecho con las prácticas externas. Las personas externas que tutelan las prácticas, están satisfechas con las mismas.
- 5.4. El personal de apoyo que participa en las actividades formativas es adecuado y suficiente para el desarrollo del programa formativo y está satisfecho con el desarrollo del programa formativo/centro donde se imparte el título.
- 5.5. En caso de enseñanza híbrida o virtual, el título cuenta con los recursos necesarios en infraestructura y personal de apoyo. El alumnado está satisfecho con la docencia no presencial recibida. El profesorado está satisfecho con la docencia no presencial impartida.

**DESARROLLO DE ESTE CRITERIO EL TÍTULO, A TRAVÉS DE LOS PROCESOS DEL SGC**

**Valoración del criterio realizado por los responsables del título**

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

CÓDIGO INDICADOR	INDICADOR	Representación	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
IN32	IN32 Prácticas externas curriculares matriculadas	Valor absoluto	69	84	86	80	82
	IN32 Prácticas extracurriculares	Valor absoluto	91	76	25	52	80
	IN32 Total prácticas curriculares+extra	Valor absoluto	147	132	85	122	155



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

**MEMORIA DE RESULTADOS DEL TÍTULO  
CURSO 2021-2022  
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas**

<b>CÓDIGO INDICADOR</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>Representación</b>	<b>2017-18</b>	<b>2018-19</b>	<b>2019-20</b>	<b>2020-21</b>	<b>2021-22</b>
IN33	IN33 Nivel de satisfacción del estudiante con las prácticas externas curriculares	(1-5)		4.02	3.89	4.21	4.23
IN34	IN34 Nivel de satisfacción del estudiante con las prácticas externas extracurriculares	(1-5)		3.95	4.1	3.73	4.23
IN35	IN35 Nivel de satisfacción del empresario con las prácticas externas extracurriculares	(1-5)		3.88	4.06	4.09	4.33
IN36	IN36 Nº de estudiantes en movilidad internacional	Valor absoluto		39	37	23	78
	IN36 Número de estudiantes que participan en movilidad saliente	Valor absoluto		39	37	23	78
IN37	IN37 Nivel de satisfacción del estudiantes que participa en programas de movilidad saliente	(1-5)		4.89	4.52	4.5	4.71
IN38	IN38 Número de estudiantes que participan en programas de movilidad entrante	Valor absoluto		58	72	32	53



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

**MEMORIA DE RESULTADOS DEL TÍTULO  
CURSO 2021-2022  
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas**

<b>CÓDIGO INDICADOR</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>Representación</b>	<b>2017-18</b>	<b>2018-19</b>	<b>2019-20</b>	<b>2020-21</b>	<b>2021-22</b>
IN40	IN40 Satisfacción con el Servicio de Biblioteca	(1-5)		4	4		
	IN40 Satisfacción con el Servicio de cafetería (si existe en tu Centro)	(1-5)		2.58		4.11	
	IN40 Satisfacción con los servicios del Centro	(1-5)		3.66	3.29	4.21	
	IN40 Satisfacción con Servicio de Conserjería	(1-5)		3.77		4	
	IN40 Satisfacción con Servicio de limpieza	(1-5)		4.21		4.56	
	IN40 Satisfacción con Servicio de reprografía (si existe en tu Centro)	(1-5)		4.09			
	IN40 Satisfacción con Servicio de Secretaría	(1-5)		3.19	3.2	3.62	
IN41	IN41 Nivel de Satisfacción con las Aulas, talleres, laboratorios y otros espacios de docencia	(1-5)		3.21	3	4.12	
IN49	IN49 Nivel de satisfacción del empresario con las prácticas externas curriculares	(1-5)		4.04	3.79	4.05	4.23
IN55	IN55 % Participación encuesta clima laboral	(1-5)		0.49	0.59	0.66	0.66



**MEMORIA DE RESULTADOS DEL TÍTULO  
CURSO 2021-2022  
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas**

CÓDIGO INDICADOR	INDICADOR	Representación	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
IN55	IN55 Satisfacción del PAS adscrito al Centro	(1-5)		3.96	4.1	4.15	4.19

### CRITERIO 6. RESULTADOS DEL PROGRAMA FORMATIVO

- 6.1 Los resultados del proceso de aprendizaje alcanzados por el estudiantado se corresponden con el nivel MECES, son acordes con el perfil de egreso y con la memoria verificada.
- 6.2. Las actividades formativas, la metodología y los sistemas de evaluación son pertinentes y adecuadas para certificar los diferentes aprendizajes reflejados en el perfil de formación y se adecuan a la memoria verificada.
- 6.3 Los resultados de los indicadores académicos y su evolución se adecúan a los objetivos formativos del plan de estudios.
- 6.4 El título dispone de indicadores para analizar grado de satisfacción del estudiantado con cada asignatura así como con el programa formativo.

### DESARROLLO DE ESTE CRITERO EN EL TÍTULO, A TRAVÉS DE LOS PROCESOS DEL SGC

#### Valoración del criterio realizado por los responsables del título

Si analizamos la tasa de rendimiento del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas veremos que es de un 92,79%. Si comparamos la misma titulación con la Universidad de Sevilla, vemos que este dato es peor (90,79%) y si lo comparamos con el ámbito mucho más (85,2%); es decir que hay un alto grado de tasa de rendimiento en la titulación.

Con respecto a la tasa de éxito, en la UMA contamos con un 97,48%, mientras que el ámbito se sitúa en 91,6% y la Universidad de Sevilla en un 85,6%.

Con respecto a los TFG ha aumentado el número de no presentados con respecto al cursos pasados, por lo que se han realizado charlas explicativas sobre procedimientos, además de ayudar en asignaturas de cuarto curso en la orientación del TFG del primer semestre.

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



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

**MEMORIA DE RESULTADOS DEL TÍTULO  
CURSO 2021-2022  
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas**

<b>CÓDIGO INDICADOR</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>Representación</b>	<b>2017-18</b>	<b>2018-19</b>	<b>2019-20</b>	<b>2020-21</b>	<b>2021-22</b>
IN09	IN09 Estudiantes matriculados en la titulación	Valor absoluto	593	595	550	555	553
IN10	IN10 Número medio de créditos matriculados por estudiante	Valor absoluto	52.27	50.43	51.89	53.18	52.54
IN11	IN11 Tasa de Rendimiento (dwh)	Porcentaje	0.9	0.9	0.92	0.94	0.93
IN12	IN12 Tasa de Éxito (dwh)	Porcentaje	0.96	0.96	0.98	0.98	0.97
IN13	IN13 Tasa de Eficiencia RD 1393 (Créditos necesarios/matriculados)	Porcentaje	0.97	0.97	0.97	0.98	0.96
IN14	IN14 Tasa de Evaluación (dwh)	Porcentaje	0.93	0.93	0.94	0.96	0.95
IN15	IN15 Estudiantes egresados	Valor absoluto	104	131	100	128	106
IN16	IN16 Tasa de Abandono Grados DWH	Porcentaje	0.06	0.08	0.06	0.06	
IN17	IN17 Tasa de cambio del estudio en 1er año (cohorte de nuevo ingreso) SIIU	Porcentaje	0.02	0.06			
	IN17 Tasa de cambio del estudio en 2º año (cohorte de nuevo ingreso) SIIU	Porcentaje	0				
IN18	IN18 Tasa de graduación RD Grados DWH	Porcentaje	0.66	0.72	0.81	0.73	0.74



**MEMORIA DE RESULTADOS DEL TÍTULO**  
**CURSO 2021-2022**  
**Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas**

<b>CÓDIGO INDICADOR</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>Representación</b>	<b>2017-18</b>	<b>2018-19</b>	<b>2019-20</b>	<b>2020-21</b>	<b>2021-22</b>
IN19	IN19 Duración media Grados de 4 años	Número de años	4.66	4.65	4.75	4.67	
IN20	IN20 Tasa de renovación de la titulación SIIU %	Valor absoluto	21.21	19.97	20.9	23.25	
IN27	IN27 Nivel de Satisfacción del Estudiante con la coordinación del profesorado	(1-5)	2.81	2.55		4	
IN30	IN30 Satisfacción del estudiante con el cumplimiento de la planificación (P2 y 1 CANP)	(1-5)	4	4.32	4.42	4.43	4.58
IN31	IN31 Satisfacción del estudiante con los sistemas de evaluación (P11 y 12 CANP)	(1-5)	3.78	4.09	4.18	4.31	4.25
IN42	IN42 Nivel de Satisfacción de los estudiantes con los estudios	(1-5)		3.25		4.11	
IN43	IN43 Valoración media de la satisfacción de los egresados (media todas las preguntas)	(1-5)		2.94	3.42	3.47	3.4
IN44	IN44 Nota media TFG-M	(0-10)		7.72	7.83	7.87	8.07
IN53	IN53 Satisfacción del egresado con el trabajo fin de estudios	(1-5)			3.89	3.22	4.04



**MEMORIA DE RESULTADOS DEL TÍTULO  
CURSO 2021-2022  
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas**

CÓDIGO INDICADOR	INDICADOR	Representación	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
IN54	IN54 Tasa de adecuación de la titulación	Porcentaje	0.49	0.57	0.56	0.52	0.55

### CRITERIO 7. ORIENTACIÓN ACADÉMICA, ORIENTACIÓN PROFESIONAL Y EMPLEABILIDAD

7.1 El título tiene los servicios necesarios para poder garantizar la orientación académica y profesional del alumnado. El alumnado está satisfecho con los servicios orientación académica y profesional del alumnado.

7.2. Los resultados de los indicadores de empleabilidad de las personas egresadas son adecuados para las características de la titulación.

7.3 Los perfiles de egreso fundamentalmente desplegados en el programa formativo mantienen su interés y están actualizados según los requisitos de su ámbito académico, científico o profesional.

7.4 Los empleadores están satisfechos con la formación recibida por los egresados.

7.5 Los egresados están satisfechos con la formación recibida.

7.6 Se analiza la sostenibilidad del título teniendo en cuenta el perfil de formación que ofrece la titulación y los recursos disponibles.

#### DESARROLLO DE ESTE CRITERIO EN EL TÍTULO, A TRAVÉS DE LOS PROCESOS DEL SGC

##### Valoración del criterio realizado por los responsables del título

La tasa de rendimiento ha bajado con respecto al año pasado (de 94,43% a 92,79%), pero es mayor que años anteriores; de la misma forma pasa con la tasa de éxito que pasa de un 98,42 a un 97,48%.

La tasa de empleo es decreciente con respecto a años anteriores, posicionándose en un 80% (aunque no es un mal dato)

Existe una tendencia a no presentados de los TFG en la primera convocatoria, que se está intentando solucionar a través de charlas y apoyo en asignaturas de cuarto curso.

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



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

MEMORIA DE RESULTADOS DEL TÍTULO  
CURSO 2021-2022  
Graduado o Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas

CÓDIGO INDICADOR	INDICADOR	Representación	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22
IN21	IN21 Tasa de afiliación a la SS a los cuatro años de terminar (Estudio Junta de Andalucía)	Porcentaje	0.96	0.87	0.8		
IN29	IN29 Nivel de Satisfacción del Estudiante apoyo a la formación (seminarios, talleres, charlas, etc)	(1-5)	3.98	3.56	3.75	2.56	
IN50	IN50 Nivel de satisfacción del estudiantes con la orientación profesional	(1-5)		4.31	4.31	4.31	4.31