

EVALUACIÓN PERIODO 2020/2024





Presentación

3

Ámbito académico y formativo

5

Alumnado y empleabilidad

8

Infraestructuras y recursos materiales

10

Investigación y profesorado

12

Proyección exterior y relaciones con el entorno

14



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

PRESENTACIÓN

EVALUACIÓN PERÍODO 2020-2024





La Facultad de Marketing y Gestión para su periodo 2025-2030 parte de una posición sólida y consolidada, fruto de los importantes avances y logros alcanzados a lo largo del periodo 2020-2024. Este recorrido ha permitido sentar unas bases firmes sobre las que afrontar los retos futuros, tanto en el ámbito académico como en el investigador, infraestructural y de proyección externa.





UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



ÁMBITO ACADÉMICO Y FORMATIVO

EVALUACIÓN PERÍODO 2020-2024



En materia de docencia y formación, la Facultad de Marketing y Gestión presenta una oferta académica consolidada y en expansión, destacando la implantación y consolidación de las siguientes titulaciones oficiales:

- Grado en Marketing e Investigación de Mercados.
- Grado en Gestión y Administración Pública.
- Máster Oficial en Dirección y Gestión de Marketing Digital.

Asimismo, durante este periodo se han aprobado o iniciado los procesos de verificación de nuevas titulaciones, que refuerzan la especialización futura del centro:

- Grado en Inteligencia y Analítica de Mercados (en proceso de verificación).
- Máster Oficial Interuniversitario en Gestión (implantación prevista para el curso 2026/27).
- Doctorado Interuniversitario en Marketing e Investigación de Mercados (en proceso de verificación).

A ello se suma la renovación de la acreditación de las tres titulaciones oficiales existentes.



En cuanto a títulos propios, la Facultad cuenta con una oferta destacada y reconocida, entre la que sobresalen:

- Máster en Retail Marketing, única oferta de este tipo en Andalucía y reconocido como mejor proyecto académico por la Asociación Española de Retail (AER).
- Máster en Dirección y Comercialización de Entidades Deportivas, en colaboración con el Málaga CF.
- Estudios Inmobiliarios, con más de 27 años de trayectoria y convenios con el Consejo General de Colegios de Administradores de Fincas de España.

Durante el periodo analizado también se ha producido un incremento significativo de la docencia en inglés, pasando de una asignatura a un total de ocho, reforzando así la internacionalización de la formación.

Actualmente, la Facultad cuenta con cerca de 1.800 estudiantes matriculados, de los cuales 1.339 corresponden al Grado en Marketing e Investigación de Mercados, que se sitúa como séptimo puesto del ranking de preferencias de nuevo ingreso, ascendiendo una posición respecto a cursos anteriores. La nota de corte alcanzó en 2024 un valor de 7.93, reflejo de la elevada demanda. Para el curso 2025/26 se ofertan 300 plazas en Marketing y 75 en Gestión y Administración Pública.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



ALUMNADO Y EMPLEABILIDAD

EVALUACIÓN PERÍODO 2020-2024



En relación con el estudiantado, se ha reforzado su acompañamiento académico con el objetivo de mejorar su empleabilidad y su integración en el mercado laboral. Entre las principales actuaciones desarrolladas destacan:

- Implantación de las Jornadas de “Transición a la Vida Universitaria”.
- Creación de la agencia de comunicación ComDigital, gestionada por estudiantes.
- Potenciación de la Semana Cultural y de actividades complementarias.
- Apertura de nuevos canales y medios de información dirigidos al alumnado.

Estas iniciativas se han visto respaldadas por una alta tasa de continuidad laboral tras la realización de prácticas, apoyada en una red de colaboración con más de 100 empresas e instituciones. Asimismo, se han implantado jornadas de captación de talento con empresas líderes como Freepik, Accenture o Carrefour, y se han firmado convenios estratégicos con entidades como el Colegio de Gestores Administrativos o el Consejo General de Economistas.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

INFRAESTRUCTURAS Y RECURSOS MATERIALES

EVALUACIÓN PERÍODO 2020-2024





En el ámbito de las infraestructuras, el periodo 2020-2024 ha estado marcado por una serie de mejoras de los espacios y equipamientos, entre las que destacan:

- Climatización del hall principal.
- Renovación completa de los equipos audiovisuales en todas las aulas.
- Remodelación de espacios para mejorar la funcionalidad del centro.
- Creación de una sala de estudio y adecuación del hall para uso múltiple.
- Puesta en servicio de taquillas y sala comedor.
- Creación de una sala de profesorado.
- Nuevas aulas y reestructuración del aula 01B.
- Instalación de pantallas informativas en el hall.
- Renovación del equipamiento audiovisual del Salón de Actos y de Grados.
- Automatización del acceso al parking y a la sala de profesorado.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

INVESTIGACIÓN Y PROFESORADO

EVALUACIÓN PERÍODO 2020-2024





En cuanto a la actividad investigadora, la Facultad ha experimentado un notable impulso, reflejado en:

- Organización y colaboración en eventos y congresos científicos y doctorales.
- Creación de la Cátedra de Estudios CAF Sabadell Professional.
- Desarrollo de diversos proyectos y contratos OTRI con entidades como el Ayuntamiento de Málaga, Metro Málaga, Turismo y Planificación Costa del Sol, Be Lion o el Consejo Social, entre otros.
- Creación del Smart Decision Lab.
- Consolidación y creación de nuevos grupos de investigación con base en la Facultad.
- Integración del profesorado en nuevos Institutos de Investigación.



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

PROYECCIÓN EXTERIOR Y RELACIONES CON EL ENTORNO

EVALUACIÓN PERÍODO 2020-2024





Por último, la Facultad ha reforzado su proyección institucional y relaciones externas, destacando:

- Cambio de denominación del centro a Facultad de Marketing y Gestión.
- Celebración anual del acto de entrega de Premios, Honores y Distinciones.
- Reuniones periódicas de trabajo con el Rectorado y distintos Vicerrectorados.
- Relaciones estables con otras universidades nacionales.
- Obtención de la distinción “Espacio Universitario Libre de Violencia de Género”.
- Participación activa en convocatorias y programas institucionales del Rectorado.
- Reuniones con agentes económicos, sociales, administrativos y empresariales, con la firma de numerosos convenios de colaboración.
- Captación de patrocinios y colaboraciones para la financiación de actividades.

EVALUACIÓN PERÍODO 2020/2024



FACULTAD MARKETING Y GESTIÓN