



Plan de Empleabilidad

Vicerrectorado de Innovación Social y Emprendimiento



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

1. Introducción

La Universidad de Málaga elabora el Plan de Empleabilidad con el objetivo final de construir una Universidad orientada a la empleabilidad, comprometida con la sociedad y sus estudiantes para adecuar los perfiles competenciales de los egresados a las demandas de las entidades empleadoras.

Una Universidad orientada a la empleabilidad es una Universidad que facilita a los egresados afrontar su futuro profesional con las mayores garantías de éxito y mejorando durante sus estudios su nivel de empleabilidad entendida ésta como “la potencialidad para afrontar tanto el primer empleo como la actualización y los cambios que se produzcan en un futuro relacionados con la vida laboral.”

El objetivo planteado requiere de una planificación estratégica que permita definir los ejes de actuación prioritarios orientados a un conjunto de objetivos realizables en el periodo temporal 2017-20.

El Plan Estratégico de Empleabilidad está estructurado en los siguientes bloques:

- Análisis y Diagnóstico para la Planificación Estratégica de la Empleabilidad en la Universidad de Málaga
- Objetivos Estratégicos en materia de Empleabilidad
- Definición de Estrategias.

El primer bloque contiene una revisión de los documentos que condicionan la definición de estrategias para la empleabilidad de los universitarios a nivel europeo, nacional, regional y propios de la Universidad. Igualmente, se incluye un análisis de las acciones llevadas a cabo por el Servicio de Empleabilidad y Emprendimiento de la Universidad de Málaga. Este documento recoge un conjunto de conclusiones útiles para la definición de objetivos específicos y estrategias para la empleabilidad.

El segundo bloque recoge la definición de los objetivos estratégicos para la empleabilidad. El conjunto de objetivos está formado por un objetivo final que debe guiar la política de la Universidad y cuatro objetivos intermedios ligados a la orientación, la formación y la inserción laboral.

La propuesta de estrategias se incluye en el tercer bloque. Se han definido tres estrategias ligadas a los objetivos propuestos y una cuarta estrategia de carácter transversal. Las estrategias propuestas son:

- Sistemas de Información para la orientación laboral
- Formación para la empleabilidad.
- Inserción laboral de estudiantes y egresados.
- Rediseño de la estructura organizativa y mejora de los procesos.

El mapa de estrategias queda formado por cuatro estrategias, diecisiete objetivos específicos y siete planes de actuación.

2. Análisis y Diagnóstico para la planificación estratégica de la Empleabilidad en la Universidad de Málaga

La planificación estratégica que permita alcanzar objetivos relacionados con la mejora de la empleabilidad de los estudiantes y la inserción laboral de los egresados de la UMA ha de estar fundamentada en un análisis previo de las políticas y líneas de actuación actuales, las estructuras y recursos asignados para la ejecución de dichas políticas y los resultados que actualmente se están obteniendo.

En este sentido, se analizan los documentos estratégicos que marcan las líneas directrices de la planificación estratégica de la UMA, la infraestructura y recursos puestos a disposición de la política universitaria de empleo y la evaluación de las principales líneas de actuación: Prácticas en empresas, formación y orientación profesional e inserción laboral.

2.1. Marco para la Planificación Estratégica de la Empleabilidad y el Empleo

La estrategia para la mejora de la empleabilidad de los estudiantes y egresados de la UMA ha de atender a las bases que establecen los documentos de naturaleza estratégica y legal que afectan a esta Universidad.

A) Marco Estratégico para la Educación y la Formación 2020.

La Unión Europea, con el Marco Estratégico para la Educación y la Formación 2020 (ET2020), pretende fomentar la cooperación europea en materia de educación y formación, estableciendo objetivos estratégicos comunes para la UE y sus Estados miembros hasta 2020. ET 2020 abarca los ámbitos del aprendizaje permanente y la movilidad; Calidad y eficiencia de la educación y la formación; Equidad, cohesión social y ciudadanía activa; y la creatividad, la innovación y el espíritu empresarial en todos los niveles de la educación y la formación. Para apoyar el logro de estos objetivos, ET 2020 establece puntos de referencia a nivel de la UE:

- Al menos el 20% de los titulados superiores y el 6% de los jóvenes entre 18 y 34 años con una cualificación profesional inicial debería haber cursado algún periodo de estudios en el extranjero.
- Al menos del 82% de los titulados (personas entre 20 y 34 años que han terminado al menos el 2º ciclo de enseñanza secundaria) deben tener un empleo en un plazo de no más de 3 años después de terminar los estudios.

B) La Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril.

La Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades expresa en su preámbulo la voluntad de modernizar la universidad española. La reforma establece la *"implicación de las universidades en la respuesta a las demandas de la sociedad y el tejido productivo (...) Las universidades, además de un motor para el avance del conocimiento, deben ser un motor para el desarrollo social y económico del país"*.

Esta Ley sienta las bases de un nuevo modelo de Universidad, adaptado al Espacio Europeo de Educación Superior, y que asume una nueva misión en la actual sociedad del conocimiento, incorporando a sus funciones tradicionales de enseñanzas e investigación una "tercera misión", que incluye todas aquellas actividades orientadas hacia su entorno social y productivo, con especial incidencia en las acciones encaminadas al fomento de la Empleabilidad y el Emprendimiento.

C) Estatuto del Estudiante Universitario.

El Real Decreto 1791/2010, de 30 de diciembre por el que se aprueba el Estatuto del Estudiante Universitario, destaca el derecho de los estudiantes universitarios "a la información y orientación vocacional, académica y profesional, así como al asesoramiento por las universidades sobre las actividades de la misma que les afecten y,

en especial, sobre actividades de extensión universitaria, alojamiento universitario, deportivas y otros ámbitos de vida saludable, y su transición al mundo laboral."

Igualmente, reconoce como derecho específico de los estudiantes de Grado en su artículo 8 "recibir orientación y tutoría personalizadas en el primer año y durante los estudios, para facilitar la adaptación al entorno universitario y el rendimiento académico, así como en la fase final con la finalidad de **facilitar la incorporación laboral, el desarrollo profesional y la continuidad de su formación universitaria**".

De igual forma, el artículo 9 reconoce para los estudiantes de Master, el derecho a "recibir orientación y tutoría personalizadas, para facilitar el rendimiento académico, la preparación para la actividad profesional o la iniciación a la investigación".

Para dar soporte a estos derechos el artículo 65, en relación con los servicios de atención al estudiante, establece la posibilidad de establecer unidades para informar y orientar, entre otros ámbitos, en "itinerarios formativos y salidas profesionales, formación en competencias transversales y el diseño del proyecto profesional para facilitar la empleabilidad y la incorporación laboral".

D) Sistema interno de garantía de la calidad de las titulaciones universitarias

El R.D. 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas oficiales, diseña una nueva estructura de titulaciones encaminadas a flexibilizar la organización de las enseñanzas universitarias. Este nuevo modelo concibe el plan de estudios como un proyecto de implantación de una enseñanza universitaria. Como tal proyecto, para su aprobación se requiere la aportación de nuevos elementos como: justificación, objetivos, admisión de estudiantes, contenidos, planificación, recursos, resultados previstos y sistema de garantía de calidad.

El sistema de garantía de la calidad es el fundamento para que la nueva organización de las enseñanzas funcione eficientemente, y para crear la confianza sobre la que descansa el proceso de acreditación de títulos. La concreción del sistema de verificación y acreditación permitirá el equilibrio entre una mayor capacidad de las universidades para diseñar los títulos y la rendición de cuentas orientada a garantizar la calidad y la mejora de la información a la sociedad sobre las características de la oferta universitaria.

El R.D., en sus artículos 24 a 27, diseña el procedimiento de acreditación y verificación de los títulos universitarios oficiales, así como la necesidad de renovación de la verificación de los mismos cada 6 años a efectos de mantener su carácter oficial.

A estos efectos, las universidades, para garantizar en sus actuaciones el cumplimiento de los objetivos asociados a las enseñanzas que imparten, buscando además su mejora continua, deben contar con políticas y Sistemas de Garantía Interna de Calidad (SGIC), formalmente establecidos y públicamente disponibles. De acuerdo a lo anterior, la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) ha desarrollado el Programa AUDIT. Con esta iniciativa, dirigida a los Centros Universitarios, se pretende orientar el diseño del SGIC que integre las actividades que hasta ahora han venido desarrollándose relacionadas con la garantía de calidad de las enseñanzas.

En este contexto y dentro del SGIC de las titulaciones impartidas en la Universidad de Málaga, se enmarca el PC10: Gestión y Revisión de la Orientación e Inserción Profesional, como uno de los Procesos Clave establecidos en la verificación de los títulos oficiales y el grupo de acciones encaminadas al Fomento de la Empleabilidad y la capacidad de emprendimiento de los universitarios.

E) El Programa de Gobierno del Rector.

El programa de Gobierno presentado por el actual Rector, D. José Ángel Narváez Bueno, para recibir la aprobación de la comunidad universitaria en las elecciones celebradas en el año 2015, es un documento que contiene las líneas estratégicas que han de guiar la toma de decisiones durante el actual período de gobierno.

El Programa incluye el eje estratégico “Una Universidad para una Sociedad Emprendedora”, que contiene la estrategia **“Una Universidad Orientada a la Empleabilidad”**. El objetivo fijado para el periodo 2016-20 es el diseño de una estructura organizativa dotada de los recursos necesarios que permita ser más eficientes en la tarea de mejorar las competencias de nuestros egresados relacionadas con la empleabilidad, mejorar el conocimiento de las demandas del mercado de profesionales, y favorecer y evaluar a inserción laboral de nuestros egresados.

Para ello, se recogen las siguientes medidas:

- Reforzar y mejorar los recursos que la Universidad de Málaga dispone para asegurar una orientación laboral que permita a los estudiantes la definición de itinerarios profesionales durante sus estudios.
- Facilitar la colaboración y propiciar la corresponsabilidad entre los centros y el Servicio de Cooperación Empresarial y Promoción de Empleo en la gestión de las prácticas curriculares desarrollando nuevas soluciones tecnológicas que agilicen los procedimientos.
- Aumentar el número de convenios con empresas e instituciones para la realización de las prácticas externas tanto curriculares como extracurriculares.
- Fomentar la vinculación entre las prácticas en empresas con la realización de trabajos de Fin de Grado y Master.
- Mejorar la capacidad de evaluación de las prácticas con el fin de seleccionar los acuerdos más favorables para los estudiantes.
- Diseñar y poner en marcha un Observatorio sobre Empleabilidad y Empleo.
- Desarrollar un programa específico de Orientación Profesional dirigido a doctorandos y estudiantes de posgrado.
- Potenciar la Feria de Empleo como espacio de encuentro entre nuestros estudiantes y egresados con las entidades oferentes de empleo.
- Potenciar la Agencia de Colocación, procurando mejorar la usabilidad de la plataforma y la visibilidad de las ofertas.

F) Propuesta de Reforma de los Estatutos de la Universidad de Málaga.

La Propuesta de Reforma de los Estatutos de la UMA, remitida a los miembros del Claustro de la UMA, refleja el carácter estratégico de la mejora de la empleabilidad de los estudiantes de la Universidad y contempla la creación de nuevas unidades de coordinación que faciliten la obtención de mejores resultados.

- El Artículo 3, entre los objetivos de la Universidad, establece la necesidad de “promover, a través del diseño de sus planes de estudios y programas específicos, la mejora de la empleabilidad, de los estudiantes, la cultura de la innovación, y la iniciativa emprendedora, para favorecer la inserción laboral y el desarrollo profesional de sus egresados.
- El artículo 5, incluye entre las funciones de la UMA “mejorar la empleabilidad de los estudiantes y favorecer la inserción laboral de los egresados”.
- El capítulo III, especifica las competencias del Claustro Universitario, incluyendo “la deliberación, sobre los planes generales de docencia, investigación, innovación, campus y sostenibilidad internacionalización, igualdad, empleabilidad y emprendimiento”.
- El artículo 128 establece que “el objetivo fundamental de la Universidad de Málaga es impartir una docencia de calidad dirigida a la formación integral y crítica de sus estudiantes y a la preparación para el ejercicio de actividades profesionales.
- El artículo 141 insta a la UMA a crear la Comisión de Empleabilidad, como órgano de supervisión y control de las actividades de la Universidad de Málaga en materia de orientación e inserción profesional, en los términos establecidos por la normativa vigente.

G) Contrato programa con la Junta de Andalucía.

El actual modelo de financiación de las universidades públicas de Andalucía establece que una parte de su financiación está vinculada a resultados. Con esta finalidad se establecen los contratos programas entre la Junta de Andalucía y las universidades. De manera específica, el contrato programa de la Universidad de Málaga con la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa, contempla los siguiente objetivos a alcanzar y acciones a desarrollar:

Línea Estratégica de Formación:

Objetivo 1.3: Excelencia al final del proceso formativo

Indicador: **Inserción en el tejido socioeconómico de los alumnos egresados en las distintas universidades públicas andaluzas.**

- Se trata de medir la eficiencia externa de la universidad ante la sociedad. La componente fundamental es el éxito de los egresados en la incorporación al tejido socioeconómico de la sociedad, a la cual hay que prestar el mejor servicio de formación del capital humano.

H) Plan Estratégico de la Universidad de Málaga.

El Plan estratégico vigente en la Universidad de Málaga especifica objetivos y líneas estratégicas relacionadas con la empleabilidad de los estudiantes:

OBJETIVO 2: Mejorar la formación del alumnado y la empleabilidad de los titulados.

LE2.1 Fomentar las prácticas de los estudiantes en empresas e instituciones.

Acción 2.1.1 Desarrollo de una normativa de prácticas externas que regule las prácticas curriculares y extracurriculares del alumnado universitario y que contemple el reconocimiento de estas en los diferentes planes de estudio.

Acción 2.1.2 Impulso de la firma de convenios de cooperación educativa con empresas para aumentar la oferta de prácticas en empresa.

Acción 2.1.3 Diseño y desarrollo de un Plan de difusión de las prácticas en empresa en todas las comarcas de la provincia de Málaga a través de las corporaciones locales.

Acción 2.1.4 Establecimiento de un sistema de reconocimiento a los tutores académicos de las prácticas en empresa, así como a los tutores de las propias empresas.

LE2.3 Aumentar la empleabilidad de los titulados de la Universidad de Málaga.

Acción 2.3.1 Implantación en todos los centros de la Universidad de Málaga de un proceso de gestión de la **orientación profesional**, que incluya el fomento de la cultura emprendedora, dirigido al estudiantado de la totalidad de las titulaciones oficiales y propias.

Acción 2.3.2 Potenciación del Servicio con competencias en materia de fomento del empleo para facilitar el acceso al mismo a un mayor número de estudiantes universitarios.

Acción 2.3.3 Fomento de la Agencia de intermediación de la Universidad de Málaga, con el fin de impulsar el aumento de ofertas de empleo dirigidas a titulados universitarios.

Acción 2.3.4 Desarrollo de un Plan de formación académica complementaria a la búsqueda de empleo a través de la formación en competencias transversales.

I) La Universidad que queremos.

El Documento de Debate “La Universidad que queremos”, elaborado en el año 2015 por una Comisión emanada del Consejo de Gobierno de la Universidad de Málaga, propone que “se elabore un plan a medio largo plazo sobre la oferta académica global, de modo que la referencia no sean las demandas inmediatas, sino el avance del conocimiento, las necesidades estructurales, de la sociedad y la **mayor inserción profesional** de los egresados, así como la rentabilidad social de la inversión que la sociedad hace en la Universidad”.

La Comisión plantea la necesidad de aumentar la red de colaboraciones de la Universidad con otros agentes para mejorar el perfil competencial de los estudiantes y egresados. Así, “se debería incrementar las relaciones con organizaciones profesionales y empresariales para establecer, en su caso, los oportunos programas de formación y enseñanzas propias a demanda”.

En “La Universidad que queremos” se destaca la importancia que debe cobrar la formación a través de entornos online. De manera específica, se propone la fórmula de los Massive Online Open Courses (MOOC) proponiendo que “la Universidad de Málaga debe seguir impulsando la oferta formativa en “plataformas abiertas (MOOC)”, destacando su utilidad para la formación a lo largo de toda la vida.

2.2. Servicio de Empleabilidad y Emprendimiento (SEE)

El SEE, actualmente vinculado al Vicerrectorado de Innovación Social y Emprendimiento, asume las competencias relacionadas con la mejora de la empleabilidad de los estudiantes, la inserción laboral de egresados y el fomento de iniciativas emprendedoras de base universitaria. Para cumplir con este objetivo el SEE desarrolla las siguientes funciones básicas:

- **Gestión de Prácticas en Empresas**
- **Orientación Profesional**
- **Intermediación Laboral**
- **Seguimiento de la Inserción**
- **Fomento de la cultura emprendedora**
- **Apoyo a la creación de empresas de base universitaria**

La estructura organizativa actual del Servicio cuenta con una Dirección de Servicio, una Jefatura de sección y dos unidades técnicas, la unidad de prácticas y la unidad de inserción profesional, que cuentan con un total de diecisiete técnicos entre personal funcionario y laboral, si bien solo 5 de ellos son de plantilla. No obstante el Plan de Ordenación de Recursos Humanos de la UMA 2017-20 establece la estructura de personal que alcanza este Servicio en 2020, contemplando una dimensión final de diecinueve puestos de trabajo.

Funcionalmente el Servicio se divide en tres unidades estructurales: Unidad de Prácticas en Empresa, Unidad de Inserción Profesional que incluye el Servicio de Orientación Profesional, la Agencia de Colocación y el Observatorio Ocupacional, y la Unidad de Apoyo a Emprendedores que incluye Programas de Fomento del Emprendimiento y Apoyo a la Creación de Empresas de Base Tecnológica.

2.2.1. La Unidad de Prácticas Externas

La Unidad de Prácticas es responsable de la ejecución del Programa de Prácticas Externas de la UMA, en el marco de lo que establece el RD 592/2014 por el que se regulan las prácticas académicas externas de las entidades universitarias y la Normativa Propia de Prácticas externas de la UMA:

La Normativa Propia de Prácticas Externas¹ establece la regulación de las prácticas externas como aquellas actividades formativas realizadas por los estudiantes universitarios y supervisadas por la Universidad, cuyo objetivo es permitir a los estudiantes aplicar y complementar los conocimientos adquiridos en su formación académica,

¹ Normativa de Prácticas Externas de la UMA

favoreciendo la adquisición de competencias que les preparen para el ejercicio de actividades profesionales, faciliten su empleabilidad y fomenten su capacidad de emprendimiento.

Las prácticas externas se realizan en entidades colaboradoras tales como empresas, instituciones y entidades públicas y privadas en el ámbito nacional e internacional, o en la propia Universidad.

El artículo 4 del R.D. 592/2014, de 11 de julio, por el que se regulan las prácticas externas de los estudiantes universitarios, diferencia las modalidades de prácticas curriculares y extracurriculares. La primera modalidad responde a contenidos formativos incluidos en los planes de estudio de las diferentes titulaciones y son gestionadas por los centros responsables de la docencia de esas titulaciones. El SEE colabora con los centros en la captación de entidades colaboradoras. La gestión del programa de prácticas extracurriculares es competencia exclusiva del SEE.

Las funciones desarrolladas y relacionadas con la gestión de prácticas curriculares son:

- Búsqueda de entidades colaboradoras.
- Procedimiento de firma de los convenios de cooperación educativa.
- Asesoramiento para el uso de la plataforma ICARO para la gestión de prácticas.

En el caso de prácticas extracurriculares, el SEE asume también las siguientes funciones:

- Difusión de ofertas de prácticas
- Preselección de candidatos
- Envío de CV's a las empresas
- Seguimiento de las prácticas, tanto de alumnos como de empresas.
- Emisión de certificados.

El SEE atiende igualmente al diseño de programas específicos de prácticas extracurriculares financiados por instituciones ajenas a la UMA. En relación a estos programas, hay que añadir las siguientes funciones:

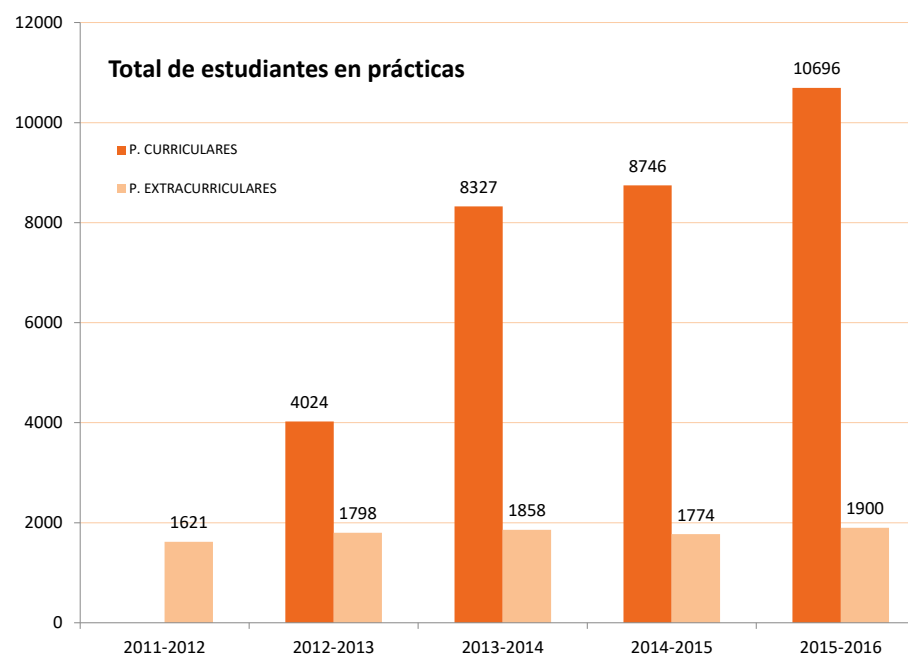
- Gestión del Alta en Seguridad Social de los alumnos
- Gestión del pago de las mensualidades de la beca de prácticas correspondiente.

La UMA no cobra actualmente ningún canon por la gestión del Programa de Prácticas Externas. Las Universidades de Huelva y Granada han adoptado la misma decisión, mientras que el resto de universidades han fijado un canon que suele ser distinto para las prácticas curriculares y extracurriculares y alcanza una cuantía máxima de 40 euros por mes y alumno en prácticas.

2.2.1.1. Las cifras del Programa de Prácticas Externas

Durante el curso académico 2015-16, se realizaron un total de 12.596 prácticas externas de estudiantes de la UMA en entidades colaboradoras.

El número de prácticas curriculares que se han gestionado durante el último curso académico ha ascendido hasta la cifra de 10.696 prácticas. La evolución del número de prácticas curriculares durante los últimos cinco cursos académicos² refleja la paulatina incorporación de las diferentes asignaturas de prácticas de las diferentes titulaciones, grados y masters oficiales.



Cuadro 1. Total de estudiantes en Prácticas. Fuente de Datos: ICARO (Extracurriculares.) Servicio Calidad (curriculares). Fecha de medición: 1 octubre 2016.

² Únicamente se disponen de datos de prácticas curriculares a partir del curso 2012-13, momento en el que el Servicio de Empleabilidad y Emprendimiento asume la gestión de dichas prácticas.

“El 86’96% de las prácticas curriculares corresponden a estudios de Grado, Licenciatura, Diplomatura, Ingeniería e Ingeniería Técnica, el 12,14% corresponden al nivel Master y 0,90% a Doctorado.”

Los centros que gestionan el programa de prácticas curriculares a través de la plataforma ICARO conforman un grupo reducido, si bien esta cifra está creciendo todos los años y significa una mejora evidente del sistema de gestión.

Nivel de Estudios	Título
ESPECIALISTA TÍTULOS PROPIOS	Diploma en Dirección y Gestión de Campos de golf
GRADOS	Doble Grado en Administración y dirección de Empresas y Derecho
GRADOS	Grado en Administración y Dirección de Empresas
GRADOS	Grado en Comunicación Audiovisual
GRADOS	Grado en Economía
GRADOS	Grado en Finanzas y Contabilidad
GRADOS	Grado en Ingeniería de la Energía
GRADOS	Grado en Ingeniería de Organización Industrial
GRADOS	Grado en Ingeniería Electrónica, Robótica y Mecatrónica
GRADOS	Grado en Periodismo
GRADOS	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
GRADOS	Grado en Turismo
MÁSTERES OFICIALES	Máster en Turismo Electrónico: Tecnologías Aplicadas a la Gestión y Comercialización del Turismo
MÁSTER TÍTULOS PROPIOS	Master Propio en Dirección y Gestión Hotelera
MÁSTERES OFICIALES	Máster Universitario en Dirección y Gestión de Marketing Digital
MÁSTERES OFICIALES	Máster Universitario en Dirección y Planificación Del Turismo
MÁSTERES OFICIALES	Máster Universitario en Sistemas Inteligentes de Energía y Transporte por la Universidad de Sevilla y la Universidad de Málaga

Cuadro 2. Prácticas Curriculares gestionadas por la plataforma ICARO .

En el caso de las prácticas extracurriculares, la entidad colaboradora abona una cantidad en concepto de ayuda al estudio. La Normativa Propia de la UMA fija una cuantía mínima de 360 euros / mes, siendo superior a las establecidas en el resto de universidades andaluzas.

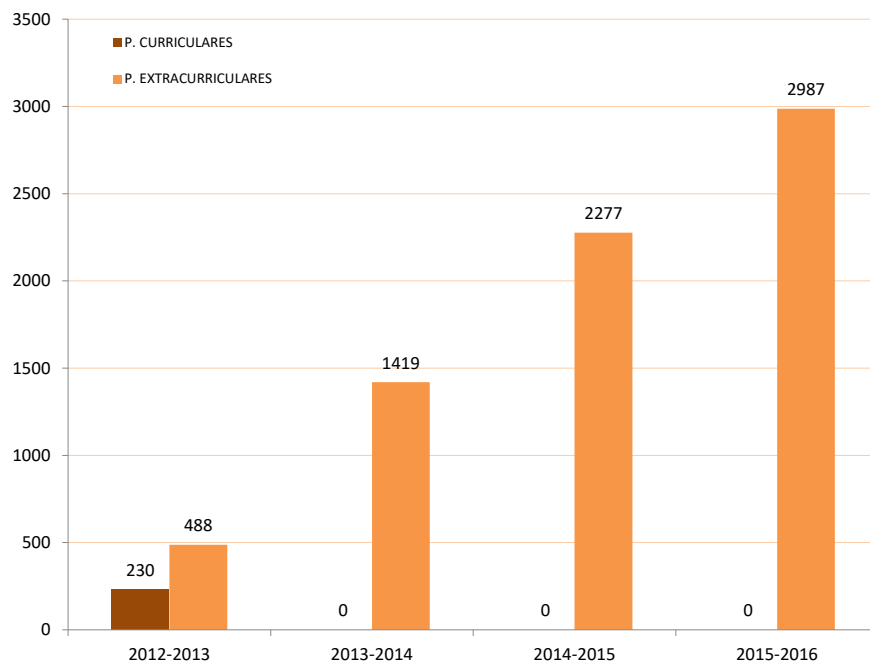
Universidad	Retribución mínima
U. MÁLAGA	360 €/mes
U. ALMERÍA	326 €/mes
U. CÁDIZ	350 €/mes
U. CÓRDOBA	250 €/mes
U. GRANADA	300 €/mes
U. HUELVA	250 €/mes
U. JAÉN	210 €/mes
U. PABLO OLAVIDE	300 €/mes
U. SEVILLA	0 €/mes --- 250 €/mes

Cuadro 3. Retribución de las Prácticas Extracurriculares.

El número de prácticas extracurriculares ha experimentado un crecimiento continuo hasta el curso académico 2015-16, a pesar de la incorporación creciente de asignaturas de prácticas de carácter curricular.

El número de entidades colaboradoras en el Programa de Prácticas Externas ha crecido de acuerdo a la evolución del propio Programa. A fecha de 22 de junio de 2017, hay 3.834 convenios activos correspondientes al mismo número de entidades colaboradoras y disponibles para cualquier titulación y modalidad de prácticas.

Total de convenios firmados



Cuadro 4. Total de Convenios de Prácticas firmados por curso académico.

El análisis de la oferta de prácticas extracurriculares permite observar que **más del 80% del total de titulaciones ofertadas en la Universidad de Málaga (Grado o Posgrado) han figurado en la oferta de prácticas extracurriculares.**

El análisis de los perfiles incluidos en las ofertas de prácticas extracurriculares muestra una desigual distribución por titulaciones. El **50% de las prácticas extracurriculares** realizadas (1002) se concentran en 10 titulaciones, **todas de la rama de conocimiento Ciencias Sociales y Jurídicas**, siendo el Grado en Administración y Dirección de Empresas el plan de estudios que permite el acceso a un mayor número de prácticas extracurriculares (282), duplicando la cifra correspondiente al Grado en Economía (144).

La distribución completa de la oferta de prácticas extracurriculares según titulaciones en el curso 2015-16, se puede consultar en el Anexo 1.

Durante el curso 2015-16 se ha publicado la convocatoria de prácticas financiadas por el BANCO SANTANDER-CRUE-CEPYME con un total de 121 plazas financiadas. La convocatoria del curso 2016-17 se encuentra actualmente en fase de ejecución.

En el curso 16/17 se ha iniciado el Programa Fundación ONCE-CRUE para estudiantes con discapacidad, que permitirá la realización de prácticas externas extracurriculares becadas a 16 estudiantes con discapacidad. El programa se encuentra actualmente en ejecución y 11 estudiantes han comenzado las prácticas.

2.2.1.2. La Evaluación del Programa de Prácticas Externas

Cada una de las prácticas que realizan los estudiantes de la UMA genera la redacción de sendos informes por parte del estudiante y del tutor de la entidad colaboradora. La información contenida permite la evaluación de la experiencia por ambas partes.

El nivel de satisfacción manifestado por el estudiante en relación a las prácticas realizadas se refleja en una valoración media de 8,07, sobre 10, en todas las cuestiones planteadas.

Los estudiantes valoran positivamente la formación recibida (8,27/10) y se muestran satisfechos tanto con la atención que le dedican sus tutores en la empresa (8,56/10) como con el cumplimiento del proyecto formativo y las tareas que inicialmente se le asignan (8,40/10). **Los estudiantes tienen una alta valoración del programa de prácticas como herramienta que mejora la formación para insertarse en el mundo laboral (8,67/10).**

El nivel de satisfacción referido a la experiencia de la práctica formativa de los tutores de las entidades colaboradoras alcanza la cifra de 8,93/10 y valora el nivel de conocimientos de los estudiantes con una puntuación media de 8,58 sobre diez.

El informe completo para la evaluación del programa de Prácticas Externas se puede consultar en la dirección: <http://observa-e.uma.es/estudios-propios/practicas-externas/>

2.2.2. La Unidad de Inserción Profesional

La Unidad de Inserción Profesional incluye la Unidad de Orientación Profesional, la Agencia de Colocación y la Unidad de Prospección Ocupacional.

La **Unidad de Orientación Profesional** promueve la inserción laboral desarrollando actuaciones de formación, orientación y asesoramiento con el objetivo básico de mejorar las competencias relacionadas con la empleabilidad de los estudiantes y egresados de la UMA. Para ello, desarrolla dos programas independientes y complementarios:

- Orientación Personalizada (Andalucía Orienta).
- Orientación en Centros (Proceso Clave 10 del SIGC de las Titulaciones)

En el marco del Programa Andalucía Orienta, desarrollado en colaboración con la Junta de Andalucía, se prestan los siguientes servicios específicos:

- Atención Personalizada en Orientación Profesional.
- Apertura de Itinerarios de Inserción.
- Talleres de Atención Grupal.
- Seguimiento de la situación profesional de los usuarios.

Además, la Unidad de Orientación Profesional es el responsable del desarrollo del **Proceso Clave 10, denominado Proceso de Gestión y Revisión de la Orientación y la Inserción Laboral (PC10)**, a través del cual se realizan actuaciones de orientación en todos los Centros de la Universidad y dirigidas a todas las titulaciones de grado y postgrado que se imparten en la UMA.

Este Proceso clave está incluido en El Sistema de Garantía de la Calidad (SGC), diseñado según las directrices que establece el Programa AUDIT de la Agencia Nacional de la Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) y tiene como objeto establecer el sistema mediante el cual la Universidad de Málaga lleva a cabo la gestión y revisión de la orientación e inserción profesional de todos sus estudiantes. El PC10 es de aplicación en todas las titulaciones oficiales ofertadas por la UMA.

El PC10 es coordinado por el SEE y establece como instrumento clave el Plan de Actuación para la Orientación (PAO), un documento que recoge para cada Centro la planificación de las acciones concretas que, de forma individualizada y según sus necesidades, planea ejecutar para cada curso académico. Esta planificación es aprobada por las respectivas Juntas de Centro y en su elaboración intervienen representantes de los Centros, de los estudiantes y del SCEPE.

Una vez finalizado cada curso académico el SEE elabora una Memoria que incluye los resultados obtenidos y que se remite a los diferentes Centros, y al Servicio de Calidad, Planificación Estratégica y Responsabilidad Social.

Los datos se recogen de la información enviada por los Centros comparando las acciones propuestas en el PAO con las efectivamente ejecutadas cuya realización se evidencia a través del Acta de Actividad.

Los indicadores establecidos en el PC10 son:

- **INDICADOR 34:** Número de estudiantes que asisten a las actividades de orientación.
- **INDICADOR 35:** Nivel de satisfacción de los estudiantes con respecto a las actividades de orientación profesional.

Entre las funciones a desarrollar por el SEE en el marco del PC10 se encuentran las siguientes:

- o Coordinar la Comisión de Orientación Profesional de la UMA formada por representantes de todos los Centros.
- o Coordinar las Subcomisiones de Orientación de cada Centro de la Universidad.
- o Supervisar el diseño y elaboración de los Planes de Actuación en Orientación (PAO) de cada Centro.

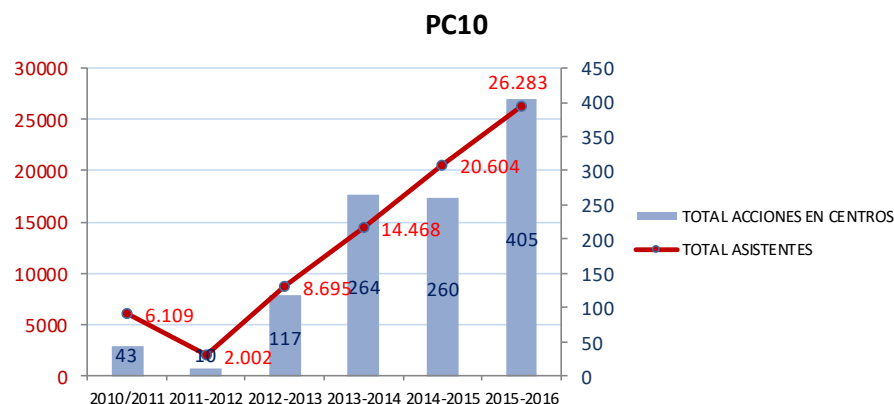
- o Desarrollar los PAO de cada Centro mediante la organización de actividades de orientación a lo largo de los cuatro años del grado y los cursos de postgrado.
- o Dar respuesta para cada Centro a los indicadores de medición del Proceso Clave 10, a saber, número de actuaciones realizadas, número de asistentes a las actuaciones de orientación profesional y grado de satisfacción de las mismas.
- o Dar respuesta, para cada una de las titulaciones de grado y posgrado, del índice de inserción profesional de los egresados en cada una de ellas.

CENTRO	IN34 Total de asistentes	IN35 Nivel de satisfacción	Total acciones	Total horas
Escuela Politécnica Superior	131	4,43	13	23,0
ETS Arquitectura	181	4,23	3	8,0
ETSI Telecomunicación	564	3,98	19	20,0
ETSI Industrial	2.420	4,33	38	153,0
ETSI Informática	726	4,32	22	108,0
Facultad Bellas Artes	596	4,43	24	54,0
Facultad Ciencias	189	4,17	3	12,0
Facultad Ciencias la Comunicación	705	3,03	9	62,0
Facultad Ciencias la Educación	7.389	4,19	64	278,0
Facultad Ciencias la Salud	856	4,10	16	32,0
Fac. CC. Económicas y Empresariales	2.477	4,26	52	191,5
Facultad Comercio y Gestión	1.336	4,04	25	93,0
Facultad Derecho	1.534	4,15	20	103,0
Fac. Estudios Sociales y del Trabajo	1.406	4,29	31	163,0
Facultad Filosofía y Letras	561	4,19	18	42,0
Facultad Medicina	2.573	4,37	13	156,0
Facultad Psicología	938	3,78	6	19,5
Facultad Turismo	1.701	4,28	30	108,5

Cuadro 5. Resultados de los indicadores 34 y 35 por Centros.

(*) Se incluyen los asistentes a acciones organizadas por el SCEPE en aquellos casos en que existen evidencias. Igualmente se ha calculado, en aquellos casos en los que ha sido posible por existir evidencias, el número de horas que cada Centro dedica a las acciones de orientación.

A la vista de los datos, como se muestra en el cuadro 6, la primera conclusión que cabe señalar es el incremento tanto **en el número de acciones realizadas y recogidas para el proceso como en el número de alumnos que asisten a las mismas**. En este cómputo no se tiene en cuenta el número de asistentes a la Feria de Empleo por su dificultad para desglosarlos por Centros. Tampoco se recogen las acciones organizadas por el SEE en el espacio Link By UMA-Atech que no han sido medidas.



Cuadro 6. Evolución de las acciones específicas de orientación y número de asistentes desde la implantación del proceso.

Las actividades ofrecidas a los estudiantes durante el curso 2015/2016 han venido marcadas por la demanda de los propios Centros. Así en cada uno de los Planes se proyectan acciones diferenciadas según las necesidades que cada Subcomisión plantea.

Las actividades ofrecidas se pueden agrupar en las siguientes categorías:

RECURSOS: información sobre recursos de formación o acceso al mundo profesional.

HERRAMIENTAS: información sobre uso y manejo de herramientas de acceso al mundo profesional (CV, entrevistas, networking, etc).

EMPRENDIMIENTO: información sobre el empleo por cuenta propia (recursos, plan de empresa, emprender por sectores, etc).

COMPETENCIAS: formación en perfiles competenciales, competencias transversales, competencias clave, etc.

PERFILES PROFESIONALES: información sobre perfiles en sectores, ocupaciones, ámbitos profesionales, etc.

Para el diseño de actividades de formación se han elegido los siguientes formatos:

- Talleres Universidad y Empleabilidad en la mayoría de los Centros como acercamiento a los servicios que la UMA oferta en materia de empleo y prácticas.
- Visitas a empresas.
- Jornadas informativas sobre salidas profesionales.
- Conferencias técnicas sobre el ejercicio de la profesión.
- Programas de Mentorización.
- Talleres de preparación de curriculum adaptados a las titulaciones.
- Jornadas de fomento del emprendimiento.
- Talleres específicos complementarios a la asignatura de Prácticas Externas.

En el Anexo 2, se describen las actividades realizadas en cada uno de los Centros, según los datos extraídos de los diferentes Planes de Actuación para la Orientación.

La Feria de Empleo de la UMA, se suma a las actividades de orientación y formación incluidas en el PC10. El evento, en su tercera edición, se organiza en modalidad presencial y virtual. La feria presencial es visitada por más de 2.700 estudiantes para conocer las propuestas de 50 entidades colaboradoras y la asistencia a talleres y actividades de orientación. El espacio online permite que más de 4.100 estudiantes interactúen con un número cercano a cuarenta entidades empleadoras.

Durante el curso 216-17, se ha puesto en marcha el SPOC "Enfoca Tu Futuro Profesional". La iniciativa, de carácter pionero, experimenta en el entorno online las posibilidades de la enseñanza virtual para el aprendizaje de competencias ligadas a la empleabilidad.

El programa del curso, que ha sido elaborado por expertos profesionales tanto de la propia universidad como de empresas de recursos humanos e incluye una amplia temática en materia de orientación al empleo y al emprendimiento. Su contenido se puede consultar en <http://www.orienta.uma.es/enfocatu futuro/>

Los resultados de la primera edición permiten validar las oportunidades que ofrece la enseñanza virtual. En los dos primeros meses se han inscrito 779 alumnos y treinta han finalizado la formación. Por el momento, dada la fase inicial en el que se encuentra el SPOC, no se cuenta con resultados oficiales de valoración, pero los comentarios e impresiones recibidas por parte de los alumnos son muy positivos. La idea es continuar ofreciendo convocatorias continuadas del curso e ir incorporando contenidos, actualizaciones y nuevas herramientas.

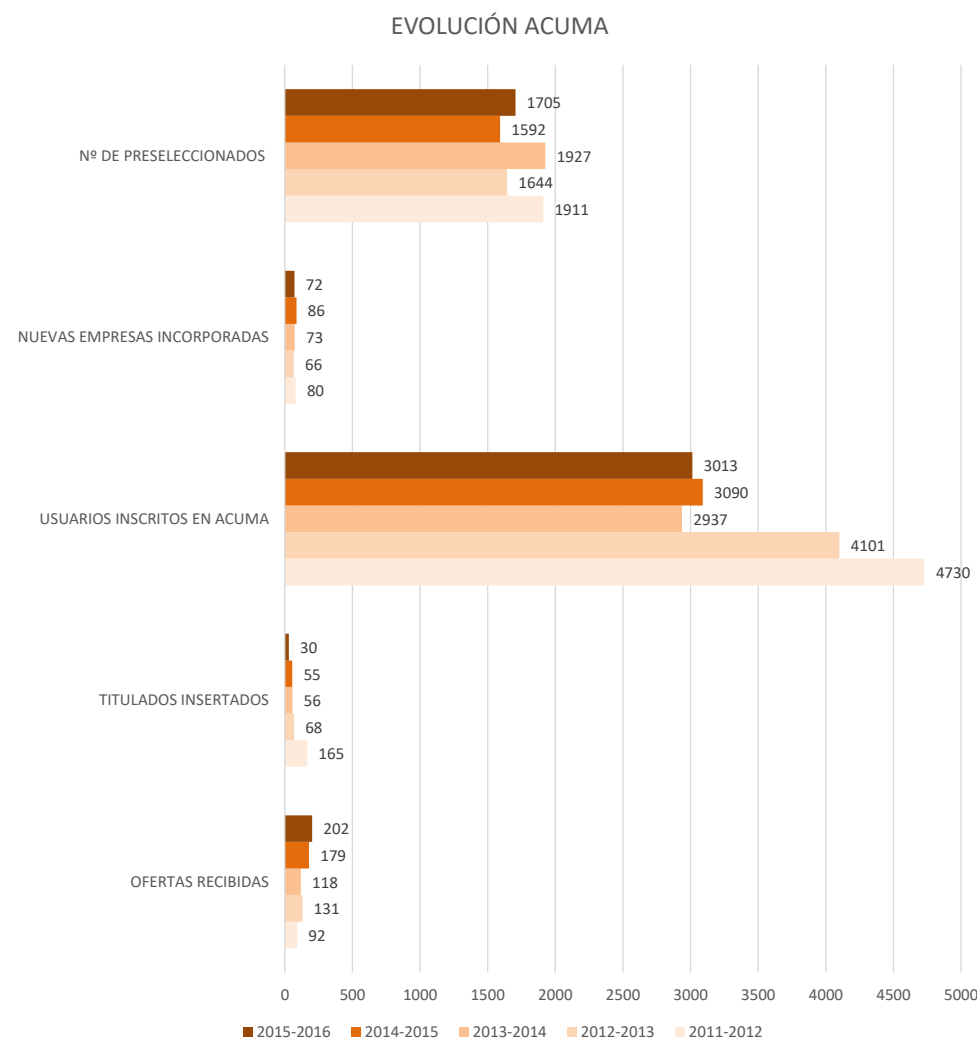
La Agencia de Colocación de la UMA, regulada por el Real Decreto 1796/2010, de 30 de diciembre, se ocupa de facilitar la inserción profesional de los egresados mediante la publicación de ofertas de empleo. Actualmente hay 50.473 personas inscritas.

Las funciones específicas de la Agencia de Colocación son:

- Recepción y publicación de ofertas de empleo
- Preselección de candidatos
- Envío de CV's a las empresas
- Mantenimiento de la Bolsa de Empleo

- Apoyo a las empresas en los procesos de selección
- Seguimiento de las contrataciones realizadas.

El análisis de las cifras correspondientes a usuarios inscritos, empresas incorporadas, ofertas recibidas y egresados insertados, muestra una divergencia entre la evolución creciente de las ofertas recibidas y el número de preseleccionados y la evolución decreciente de egresados que acceden a la oferta publicada. Si bien existen indicios para pensar que la Agencia tiene potencial para canalizar ofertas de empleo para universitarios, los datos muestran un bajo nivel de éxito en la inserción de egresados en el mercado laboral.

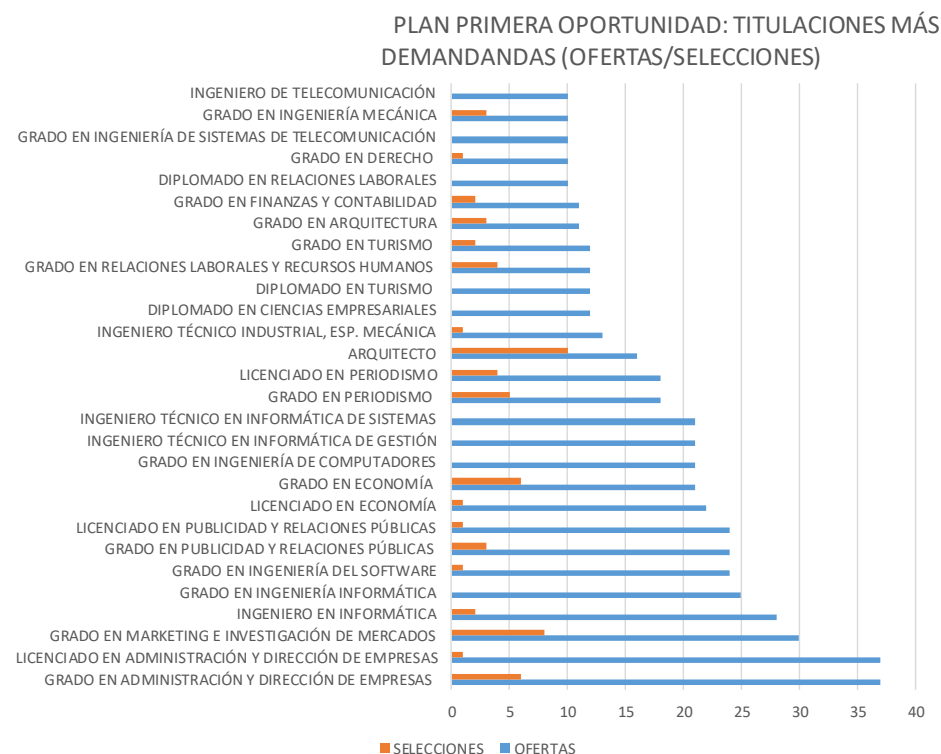


Cuadro 7. Evolución de la Agencia de Colocación de la Universidad de Málaga. Fuente de datos: ICARO. Fecha de medición: 21/03/17.

TITULACIÓN	OFERTAS
INGENIERO EN INFORMÁTICA	57
GRADO EN INGENIERÍA INFORMÁTICA	46
INGENIERO TÉCNICO EN INFORMÁTICA DE SISTEMAS	44
INGENIERO TÉCNICO EN INFORMÁTICA DE GESTIÓN	42
INGENIERO DE TELECOMUNICACIÓN	39
GRADO EN INGENIERÍA DEL SOFTWARE	35
LICENCIADO EN ECONOMÍA	32
GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESA	31
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS	31
INGENIERO TÉCNICO DE TELECOMUNICACIÓN, ESP. EN SISTEMAS DE TELECOMUNICACIÓN	30
GRADO EN INGENIERÍA DE SISTEMAS DE TELECOMUNICACIÓN	27
INGENIERO TÉCNICO DE TELECOMUNICACIÓN, ESPECIALIDAD EN SISTEMAS ELECTRÓNICO	25

Cuadro 8. Titulaciones más Demandadas (Curso 2015/2016) (*) considerando más de 25 ofertas registradas. Fuente de datos: ICARO. Fecha de medición: 21/03/17.

En la actualidad, la Agencia de Colocación facilita la ejecución del Plan de Primera Oportunidad ejecutado en colaboración con la CEM y la Diputación de Málaga. Hasta la fecha se han gestionado 802 solicitudes y se han realizado un total de 89 selecciones.



Cuadro 9. Titulaciones más Demandadas del Plan Primera Oportunidad. Fuente de datos: ICARO. Fecha de medición: 21/03/17.

La **Unidad de Prospección Ocupacional** tiene como misión la elaboración de información referente al acceso y mantenimiento en el mercado laboral de los titulados y tituladas por la Universidad de Málaga, anticipando oportunidades y también dificultades, ayudando a la toma de decisiones en materia de formación y acciones de orientación y asesoramiento, así como proporcionar datos de interés a todos los agentes implicados.

Las funciones específicas que desarrolla son:

- Estudio de seguimiento de la inserción laboral de los titulados universitarios por curso académico y titulación, tanto de grado como de máster y doctorado.
- Elaboración y publicación de informes de seguimiento.

La Universidad de Málaga ha diseñado y puesto en marcha en el año 2017 el Observatorio "Observa-e". El objetivo es conocer e informar de la situación laboral de sus egresados y obtener información sobre las diversas variables que inciden en su acceso y evolución en el mercado de trabajo.

Toda la información generada a través de la consulta a egresados de la UMA, está disponible en la dirección web: www.observa-e.uma.es.

Los datos más relevantes son:

- El 70,2% de la población encuestada está ocupada (por cuenta ajena, 61,39%; autoempleo, 8,8%); el 7,89% continúan otros estudios y el 21,92% se encuentra desempleado.
- El **tiempo medio en encontrar empleo es de casi 13 meses** tras la finalización de los estudios. Los egresados en Arquitectura y las Ingenierías son quienes encuentran de forma más rápida una oportunidad laboral, ocho meses.
- **Por áreas de conocimiento, el nivel de ocupación presenta diferencias: Arquitectura e Ingenierías, 79,31%; Ciencias Sociales y Jurídicas, 71,34%; Ciencias de la Salud, 69,43%; Ciencias, 62,83%; y Arte y Humanidades, 62,17%.**
- El porcentaje de egresados ocupados en el sector público en el área de Arte y Humanidades alcanza el 39,75%. Este mismo dato alcanza la cifra del 35,4% para el área de **Ciencias y tan sólo el 10,78% en el área de Arquitectura e Ingenierías.**
- El autoempleo es la opción que ocupa **al 11,64% de los egresados de Arquitectura e Ingenierías y en los egresados de Ciencias alcanza** valores inferiores al 1% (0,88%).
- Por áreas de conocimiento, la mayoría de las personas encuestadas que continúan estudios se enmarcan en el área de Ciencias Sociales y Jurídicas (51, 42%). El 25,90% se decantan por estudios de Master, mientras que la formación en TICs o Idiomas resultan opciones poco elegidas a la hora de continuar estudios. Por áreas de

conocimiento se sigue la tendencia general, siendo Arte y Humanidades y Arquitectura e Ingeniería las áreas que presentan una mayor tendencia a continuar estudios de Master.

- Un 69,39% de la población encuestada vive o trabaja en Málaga, el 12,83% vive en Andalucía y un 12,66% en el resto de España. El 5,11% de los egresados tienen su actual domicilio fuera de España, siendo la UE el destino más frecuente. Por áreas de conocimiento son los egresados de las titulaciones del área de Ciencias los que presentan mayor grado de movilidad internacional (11,5%).
- De los egresados que **se encuentran actualmente fuera de España**, están trabajando en la actualidad un 79,9%, el 8,9% se encuentran cursando otros estudios y el 11,1% está actualmente desempleado.
- El 47,36% de los egresados tuvieron oportunidad de realizar algún tipo de prácticas formativas en entidades colaboradoras de forma previa a la finalización de los estudios. La mayoría de ellos accedieron a una práctica de carácter curricular (54,32%). El programa de prácticas extracurriculares de la Universidad permitió la realización de prácticas formativas a un 23,74% de la población encuestada.
- **El 41% de los egresados que realizaron prácticas fueron contratados al finalizar las mismas y 3 años más tarde el 26,90% continúan contratados.**
- El 48,28% de la población ocupada considera encontrarse trabajando en una empresa de gran tamaño, mientras que el resto se reparten casi a partes iguales entre pequeñas (25,36%) y medianas empresas (26,36%).
- **El salario bruto mensual medio está próximo a los 1300 euros. En el área de Arquitectura e Ingenierías el salario medio mensual es de 1604,14 euros mientras que las titulaciones pertenecientes al área de Arte y Humanidades tienen un salario medio de 1080,43€.**
- Los egresados consideran que sus ocupaciones actuales están relacionadas con los estudios y que encajan con su nivel de cualificación en un 60, 52%, considerando que están sobrecualificados para el puesto que ocupan un 27,51%.
- Por áreas de conocimiento **el mayor índice de sobrecualificación se da en las áreas de Arte y Humanidades (36,21%) y Sociales y Jurídicas (29, 48%),** mientras que es en las titulaciones relacionadas con el área de Ciencias donde el nivel de sobrecualificación es menor (18,06%).
- Las competencias más valoradas en los actuales desempeños de los egresados son **la capacidad para tener iniciativa, la motivación y la resolución de problemas (7,23/10) y la menos valorada el conocimiento de Idiomas (5,20/10).**

De manera adicional, la UMA publica datos de inserción de los egresados universitarios **obtenidos gracias a la colaboración** entre la UMA y el Observatorio Argos, sistema de prospección permanente del mercado de trabajo en Andalucía.

Los datos se obtienen mediante el cruce de archivos entre el Servicio Andaluz de Empleo, Seguridad Social y Universidad de Málaga y reflejan la situación de los egresados un año después de finalizar sus estudios.

Los informes completos se encuentran publicados en:
<http://www.uma.es/agencia-de-colocacion/cms/menu/prospeccion-ocupacional/informes-de-insercion/>

2.3. Conclusiones para la definición de la ESTRATEGIA de Empleabilidad.

La redacción de conclusiones para la planificación de nuevas estrategias y líneas de actuación que den contenido al Plan de Empleabilidad se realiza tomando en cuenta:

- A) Los datos derivados de las distintas líneas de actuación actuales y expuestos anteriormente: inserción laboral de los egresados de la UMA, infraestructura y dotación del SEE, programas de prácticas externas, formación y orientación para la empleabilidad.
- B) Reuniones internas del personal del SEE que han derivado en documentos de diagnóstico sobre la actividad actual y la propuesta de mejoras.
- C) Las opiniones y propuestas recogidas en las dinámicas de focus group celebradas con diferentes agentes sociales entre los que se encontraron responsables de recursos humanos de empresas, consultoras de recursos humanos, profesores y estudiantes de la UMA.

En base a toda la información recibida se pueden extraer las siguientes conclusiones a tener en cuenta en la planificación estratégica para la empleabilidad de los estudiantes:

- El Programa de Gobierno del actual Rector, D. José Ángel Narváez Bueno, confiere la mayor relevancia a nivel político al objetivo de avanzar hacia una universidad orientada a la empleabilidad.
- El PORHUMA 2017-20 refrenda el objetivo político de conferir una relevancia estratégica a la mejora de la empleabilidad de los estudiantes, contemplando un redimensionamiento del SEE que refleja de manera más acertada la estructura organizativa actual, el volumen de trabajo desempeñado y la relevancia estratégica de las competencias que le han sido asignadas.
- La propuesta de Reforma de los Estatutos de la Universidad ha incorporado elementos que reflejan la necesidad de atender la empleabilidad como uno de los objetivos de esta institución, incluir entre sus funciones la inserción profesional de los egresados y crear nuevas unidades orgánicas como la Comisión de Empleabilidad para procurar la coordinación y mayor eficiencia en el logro de resultados vinculados a la empleabilidad.
- La Universidad dispone de una capital humano con experiencia, que forma parte del SEE, de alta cualificación y capacidades para la orientación de los estudiantes. Existen posibilidades de formación en nuevas competencias que deberían ser incluidas en la oferta de formación del PAS.
- La UMA ha incrementado en el último presupuesto la dotación de recursos para programas de formación ligados a la mejora de las competencias ligadas a la empleabilidad y la posibilidad de crear nuevas herramientas para la orientación profesional de los estudiantes.
- La UMA cuenta con un capital relacional que le permite afrontar el reto de la empleabilidad en colaboración con las principales entidades empresariales, profesionales y públicas de la provincia. La relación con el Parque Tecnológico de Andalucía permite una accesibilidad fácil a las empresas de la tecnópolis.

- La nueva ubicación del SEE en el edificio The Green Ray ha significado nuevas oportunidades de colaboración con las empresas en materia de empleabilidad, disponibilidad de infraestructuras idóneas para las actividades formativas programada y proximidad física a la comunidad de estudiantes del campus de Teatinos.
- Existe la conveniencia de sumar a la UMA a estructuras interuniversitarias que permitan participar en programas de formación e inserción interesantes a entidades empleadoras.
- Existe una dispersión de los esfuerzos en la mejora de la empleabilidad de los estudiantes que debilita la capacidad de interlocución con entidades empleadoras y la gestión integrada de la formación para la empleabilidad de los estudiantes.
- El 70,2% de los egresados en el curso 2012-13 manifiestan tener una ocupación. Existen grandes diferencias entre los niveles de inserción laboral de las diferentes titulaciones de la UMA.
- El porcentaje de población que ha iniciado una actividad por cuenta propia es elevado (8,8%) en relación a la tasa de actividad emprendedora de España.
- EL 5,11% de los egresados se encuentran fuera de España una vez transcurridos tres años desde su graduación. Estos egresados se encuentran trabajando en un porcentaje superior a la media de la población egresada (79,9%).
- El período medio en encontrar empleo entre los egresados universitarios se prolonga hasta los 13 meses desde la graduación.
- La UMA dispone de una Agencia de Colocación reconocida por el Servicio Estatal de Empleo. Existe un escaso nivel de éxito en la selección de perfiles por parte de las empresas cuando se recurre a la Agencia de Colocación de la UMA. Sin embargo, se comporta como una herramienta eficiente cuando se ha utilizado en programas como el Plan de Primera Oportunidad lanzado de manera conjunta con la CEM y la Diputación.
- Resulta necesario mejorar la comunicación sobre la Agencia de Colocación que permita a las entidades empleadoras apreciar la oferta de servicios a la que puede acceder.
- Únicamente los egresados de las titulaciones de Arquitectura e Ingenierías alcanzan, a los tres años de finalizar sus estudios, un sueldo medio bruto mensual (1604,14 euros) equivalente al sueldo medio en España en el año 2017 (1636 euros).
- Existen áreas de conocimiento que manifiestan un nivel de sobrecualificación muy elevado como son las de Arte y Humanidades (36,21%) y Sociales y Jurídicas (29,48%).
- Las competencias más valoradas en los actuales desempeños de los egresados sobre la capacidad para tener iniciativa, la motivación y la resolución de problemas.
- El nivel de formación de los estudiantes de la UMA es evaluado de manera muy positiva por las entidades empleadoras, quienes destacan la preparación que adquieren los estudiantes en la UMA.
- Anualmente, se realizan un número superior a 12.000 prácticas externas por parte de estudiantes de la UMA. Esta cifra indica la capacidad del programa de prácticas externas para posibilitar la primera experiencia en un entorno laboral de los estudiantes.
- Existe un alto nivel de concentración de las prácticas extracurriculares en un número reducido de titulaciones de la UMA. Además, un 20% de las titulaciones oficiales no tienen acceso a las prácticas extracurriculares

publicadas. Sin embargo, hay determinadas especialidades que no tienen capacidad de satisfacer la oferta de prácticas existente.

- Existe un desconocimiento por parte de las entidades colaboradoras de la oferta de posgrado y titulaciones propias, lo que dificulta la definición de ofertas de prácticas extracurriculares para los estudiantes de estas titulaciones.
- El programa de Prácticas Externas tiene una muy alta valoración tanto por estudiantes como por entidades colaboradoras.
- El 41% de los egresados que finalizaron sus estudios en el curso académico 2012-13 y que hicieron prácticas externas fueron contratados al finalizar las mismas. Esta cifra valida a las prácticas externas como herramienta de inserción laboral.
- Es preciso diseñar mecanismos de control para mejorar la validez de las prácticas en cuanto a su fin formativo y su característica de práctica formativa. Igualmente, hay que mejorar los niveles de información sobre los resultados de inserción y la tipología de entidades colaboradoras en relación a su capacidad de emplear.
- La Normativa de Prácticas Externas de la UMA contempla un mínimo de compensación económica, en el caso de las prácticas extracurriculares, al estudiante más elevado que el resto de las universidades andaluzas.
- Las Universidades de Málaga, Granada y Huelva son las tres universidades andaluzas que no contemplan actualmente el cobro de un canon de gestión a las entidades colaboradoras por su participación en el Programa de Prácticas.
- La Normativa de prácticas debería ser modificada en el sentido de aclarar los principales temas de consulta y situaciones de conflicto de intereses. La mejora de la Normativa agilizaría la gestión del programa y reduciría el número de consultas y atenciones al usuario.
- El número de entidades colaboradoras con el Programa de Prácticas crece anualmente. Actualmente, existen 3.834 convenios activos. No obstante, existe escaso nivel de información sobre las entidades colaboradoras, nivel de actividad que tiene cada una de ellas, nivel de empleabilidad de las mismas y valor que aportan al Programa de Prácticas Externas.
- Existe un número creciente de entidades colaboradoras que aportan financiación para la ejecución de programas de prácticas específicos. A nivel institucional, la Junta de Andalucía provee anualmente una dotación presupuestaria para permitir el acceso al programa de prácticas de empresas con escasa capacidad para retribuir el desempeño del estudiante. Otras entidades como el Banco de Santander, Telefónica o la Fundación ONCE mantienen programas de colaboración que permite la inserción de estudiantes en empresas al objeto de realizar las prácticas extracurriculares.
- Los centros que utilizan la plataforma ICARO para la gestión de prácticas curriculares manifiestan que es una solución que significa ventajas y facilita el procedimiento de adjudicación de las prácticas curriculares. Es conveniente homogeneizar los procedimientos de gestión y plataformas utilizadas para la gestión de prácticas curriculares y extracurriculares.

- La plataforma ICARO debe evolucionar para ofrecer una gestión más ágil del Programa de Prácticas y facilitar más información para la toma de decisiones sobre el Programa.
- El recientemente implementado Plan de Tutorización de Prácticas Extracurriculares significa una práctica innovadora presentada en las Jornadas de Servicios Universitarios de Empleo celebradas los días 19 al 21 en la ciudad de Albacete.
- Es mejorable el sistema de información y la comunicación relacionado con el Programa de Prácticas Externas. Se aprecia un desconocimiento tanto en entidades colaboradoras como en estudiantes, de la normativa aplicable, condiciones, características de las prácticas, derechos y obligaciones.
- Se aprecia mejorable el procedimiento administrativo de gestión de prácticas de forma que se acorten tiempos y se dé una mejor respuesta que permita incrementar el nivel de satisfacción de los usuarios, entidades colaboradoras y estudiantes.
- La demanda de competencias está adquiriendo mayor relevancia en las ofertas de empleo universitario frente a la demanda de grados. Esta circunstancia genera nuevos retos relacionados con la formación en competencias y la creciente divergencia entre grados universitarios y perfiles competenciales demandados.
- Desde la implementación del Proceso Clave 10 (PC10), se ha observado una adecuación de las formas de trabajo que ha permitido la organización de más de 400 actividades en los centros en colaboración con el SEE. La oferta de acciones de orientación y formación para la empleabilidad es muy variada e incluye formatos muy diferentes con una asistencia registrada de 25283 usuarios en el último curso académico.
- durante el curso académico 15/16 se **extendió la implantación del proceso a las titulaciones de Posgrado**, si bien no se han recogido acciones de orientación específica para estas titulaciones en la mayoría de los estudios de Máster.
- La oferta de las acciones de orientación y formación se ha diversificado en los dos últimos años incorporando eventos como la Feria de Empleo, con capacidad para acercar a los universitarios a un número de entidades empleadoras importantes, o iniciativas de empresas como Aqua Talent (Hidralia) o Talent At Work (Universia) que permiten un crecimiento de las oportunidades de aprendizaje para nuestros estudiantes a través de servicios provistos por entidades colaboradoras de la UMA.
- **El sistema de recogida de información y medición de indicadores referidos al Proceso Clave 10 es mejorable.** Actualmente resulta muy complejo controlar la asistencia y nivel de satisfacción, especialmente en actividades dirigidas a un gran número de alumnos.
- Existen notables diferencias entre los centros en cuanto al programa de actividades de formación y orientación laboral ejecutadas.
- La orientación profesional del estudiante ha de comenzar en el inicio de sus estudios en la UMA. La etapa de estudios en la Universidad ha de servir íntegramente para la definición de un proyecto profesional.
- Existe la necesidad de implicar al docente en la labor de orientación laboral del estudiante. El profesor universitario es el primer orientador del estudiante universitario. Se ha de programar un rol más activo del docente en la formación y la orientación para la empleabilidad del estudiante.

- Existe la necesidad de mejorar las competencias idiomáticas y digitales de los estudiantes universitarios. Por otra parte, las competencias ligadas a la innovación y al emprendimiento son apreciadas en cualquier perfil competencial y demandadas por las entidades empleadoras.
- Hay un espacio de colaboración entre la Universidad y las entidades empleadoras para mejorar la formación de competencias de los estudiantes. El carácter dinámico de la economía y los plazos de amortización de las tecnologías explican una continua aparición de necesidades formativas demandadas por las empresas y no incluidas en la formación reglada. La participación en programas de formación por parte de las empresas facilita la mejora de los perfiles competenciales de los estudiantes
- Están apareciendo formatos nuevos diseñados para la mejora de las competencias de nuestros estudiantes. La formación basada en retos o en las propias entidades colaboradoras son ejemplos de fórmulas de colaboración que mejoran las posibilidades de la UMA de mejorar sus resultados en materia de orientación y formación para el empleo.
- Existen nuevas tecnologías que han de ser aprovechadas para facilitar la orientación y la inserción de los egresados universitarios. La interacción entre egresados y entidades empleadores ocurre cada vez con mayor frecuencia en entornos digitales. Los espacios online ofrecen oportunidades para la mejora de la formación en competencias ligadas a la empleabilidad.
- La formación online ha mostrado ser una oportunidad para el diseño de acciones formativas orientadas a mejorar las competencias ligadas a la empleabilidad de nuestros estudiantes. La primera experiencia que ha significado el lanzamiento del SPOC "Enfoca tu futuro" valida esta fórmula y ha supuesto una experiencia innovadora en el ámbito de la formación y orientación para el empleo.
- Se ha de mejorar la comunicación sobre la formación y orientación laboral para conseguir una tasa de participación de los estudiantes elevadas y mayor nivel de concienciación sobre la importancia de la mejora de las competencias para la empleabilidad.
- El formato elegido para las Jornadas de Empleo Azul se ha mostrado idóneo y consigue focalizar el interés en un área de oportunidades de empleo y **acercar las empresas a la Universidad para dar a conocer las salidas profesionales y las competencias exigidas en cada sector.**

3. Objetivos Estratégicos en Materia de Empleabilidad

El presente documento asume los objetivos en materia de empleabilidad recogidos en el Programa de Gobierno del Rector José Angel Narváez Bueno.

El objetivo final es construir una universidad orientada a la empleabilidad, comprometida con la sociedad y sus estudiantes para adecuar los perfiles competenciales de los egresados a las demandas que el contexto actual demanda. Una universidad orientada a la empleabilidad es facilitadora de que los egresados puedan afrontar su futuro profesional con las mayores garantías de éxito mejorando durante sus estudios su nivel de empleabilidad entendida ésta como "potencialidad para afrontar tanto el primer empleo como la actualización y los cambios que se produzcan en un futuro relacionados con la vida laboral."

El objetivo final de una universidad orientada a la empleabilidad se aborda desde la definición de **tres objetivos intermedios y ligados a la orientación, la formación y la inserción laboral:**

1. Una Universidad que facilite la orientación para la toma de decisiones de sus estudiantes y egresados en cuanto a la definición de su proyecto profesional, la información para el conocimiento de las nuevas oportunidades de empleo y tendencias del mercado laboral, y la identificación de las competencias clave para la mejora de la empleabilidad.
2. Una Universidad que permita la adquisición de nuevas competencias que mejoren la empleabilidad de sus estudiantes y que les permita afrontar con garantías su acceso al empleo.
3. Una Universidad que posibilite prácticas de carácter formativo de calidad, eficientes como herramienta de acceso a entidades empleadoras, y que desempeñe un rol de intermediación entre los egresados universitarios y las entidades empleadoras.
4. Una Universidad que satisfice las necesidades de las entidades empleadoras y atiende a los cambios sociales, económicos y tecnológicos que afectan a la demanda del capital humano cualificado.

4. Definición de Estrategias

El Plan estratégico para la empleabilidad de la Universidad de Málaga contempla tres ejes estratégicos relacionados de manera directa con los objetivos definidos anteriormente:

4.1. Sistemas de información para la orientación laboral.

4.2. Formación para mejorar la empleabilidad.

4.3. Inserción laboral de estudiantes y egresados.

Además se propone un eje transversal facilitador de la ejecución de las estrategias elegidas: **Rediseño de la Estructura Organizativa y Mejora de los Procesos.**

4.1. Sistemas de Información para la orientación laboral

La toma de decisiones de los estudiantes, desde la etapa preuniversitaria hasta su incorporación al mercado laboral, ha de estar fundamentada en información referida a la realidad del mercado laboral presente y futura. Por ello, la UMA asume el compromiso de generar información para estudiantes y egresados que les permita identificar oportunidades de empleo, demandas de nuevas competencias, y tasas de ocupación de las diferentes titulaciones de la UMA.

La disponibilidad de datos sobre los niveles de ocupación de los egresados de la UMA permite a la propia Universidad conocer el éxito en términos de inserción laboral de las distintas titulaciones. Además, responde una obligación que recogen los sistemas de acreditación de los títulos universitarios.

Se proponen los siguientes **objetivos específicos**:

1. Conocer la evolución en el mercado laboral de los egresados de la UMA en términos de ocupación y vida laboral.
2. Identificar las demandas emergentes en el mercado laboral en términos de competencias requeridas.
3. Identificar y Facilitar el conocimiento de nuevas oportunidades de empleo y nuevos perfiles profesionales emergentes
4. Analizar de manera prospectiva la evolución del mercado laboral.

Para conseguir estos objetivos, han de utilizarse sistemas de medición de carácter cuantitativo y cualitativo. Igualmente, es necesario contemplar sistemas de medición que permitan obtener datos sobre el pasado reciente y realizar estudios de naturaleza prospectiva que permitan conocer tendencias probables en el futuro.

Plan de Acción Observa-e

Observa-e, www.observa-e.uma.es, es el sistema de acceso a toda la información generada por la Universidad de Málaga relacionada con la empleabilidad y el empleo universitario. Observa-e debe evolucionar para facilitar:

Información básica sobre el nivel de inserción laboral de los egresados de las diferentes titulaciones de la Universidad de Málaga transcurrido un año después de la finalización de los estudios. Esta información es aportada por el observatorio ARGOS del Servicio Andaluz de Empleo y aporta datos sobre:

- Situación Laboral
- Tasa de desempleo
- Características del primer contrato (temporalidad, parcialidad, sobrecualificación, movilidad)
- Autoempleo
- Características de las empresas contratantes

Información sobre el nivel de inserción laboral y la experiencia laboral de los egresados una vez transcurridos tres años desde la finalización de sus estudios.

La UMA publicará un informe de carácter anual con datos referidos a la población egresada una vez transcurridos tres años desde la finalización de los estudios. El informe incluirá, al menos, información sobre:

- Tasas de ocupación.
- Realización de estudios de posgrado
- Ubicación geográfica.
- Nivel de renta salarial
- Competencias necesarias para el desempeño profesional.

El informe anual sobre inserción laboral y experiencia laboral será realizado con datos de carácter primario obtenidos de la consulta directa a los egresados.

Información para el conocimiento de las demandas de las entidades empleadoras.

- a. Publicación de encuestas de satisfacción de los tutores de prácticas externas de las entidades colaboradoras. Estas encuestas han de recoger la consulta sobre las competencias más valoradas por parte de las entidades colaboradoras y los déficits observados en la formación de los estudiantes en relación con dichas competencias.
- b. Constitución de foros, de carácter permanente u ocasional, participados por actores externos a la UMA para generar nuevo conocimiento sobre la evolución del mercado laboral y las competencias de nueva demanda o perfiles profesionales emergentes.

- c. Creación de la Comisión de Empleabilidad de la UMA, de futura creación, servirá como espacio para la identificación de nuevas necesidades formativas detectadas desde los centros de la UMA y de carácter específico para las distintas titulaciones.
- d. Realización de estudios Sectoriales basados en metodologías de naturaleza cualitativa para obtener conocimientos específicos de áreas de actividad creadoras de empleo. La obtención de datos ha de estar basada en el criterio experto de agentes del sector en concreto.

Información para la mejora de las actuaciones en materia de empleabilidad.

- a. Elaboración de informes periódicos sobre los programas propios o externos de prácticas externas. Estos informes han de estar diseñados para mejorar los programas de prácticas y alcanzar un conocimiento sobre la tipología de prácticas y entidades en función de su potencial para la inserción laboral.
- b. Elaboración de informes periódicos sobre la naturaleza y nivel de calidad de las acciones relacionadas con la orientación y la inserción laboral de estudiantes y egresados de la UMA.
- c. Elaboración de informes periódicos sobre los resultados obtenidos por la Agencia de Colocación de la UMA en términos de empleo facilitado.

Exploración de posibilidades tecnológicas para la interpretación de la información sobre el mercado laboral.

- a. Explorar y experimentar con soluciones basadas en tecnologías como la inteligencia artificial o big data para obtener información útil para la toma de decisiones a estudiantes y egresados.

4.2. Orientación y formación para mejorar la empleabilidad

El perfil competencial de los estudiantes que explica su nivel de empleabilidad ha de contemplar las competencias alcanzadas en los estudios de grado y posgrado, y tener un contenido complementario con competencias transversales y competencias específicas que son valoradas por las entidades empleadoras.

La oferta formativa de la UMA diseñada para complementar el perfil competencial de los egresados ha de estar basada en la información generada por las diferentes líneas de actuación planteadas en la línea estratégica "Sistemas de Información para la orientación laboral".

La evidencia de la actividad formativa desarrollada en la UMA, así como la opinión de colaboradores de nuestra Universidad, señala la multidisciplinariedad como un principio básico en el diseño de acciones formativas. Los entornos de aprendizaje participados por estudiantes de diferentes disciplinas permiten alcanzar mejores resultados.

De igual manera, la apertura de la Universidad a la participación de actores externos en la formación de competencias de nuestros estudiantes ha de ser otro principio que determine el diseño de futuras acciones de orientación y formación.

Los objetivos específicos de la línea estratégica "Orientación y Formación para mejorar la empleabilidad" son:

- El diseño de una oferta formativa que atienda a la mejora de las competencias transversales relacionadas con la empleabilidad, las competencias específicas que demandan las entidades empleadoras, que incluya formatos multidisciplinarios y que integre la participación de actores internos y externos en la formación de los estudiantes.
- La orientación sobre las oportunidades de empleo emergentes y el asesoramiento sobre los perfiles competenciales que se ajustan a la demanda del mercado laboral.
- Facilitar al estudiante un conocimiento de las potencialidades personales y la capacidad para el diseño de un proyecto profesional propio.
-

Plan para la inclusión de la orientación en la labor docente.

El estudiante ha de tomar decisiones sobre su futuro profesional desde el primer curso de los estudios de grado. El período de formación que supone el estudio de una titulación universitaria ha de interpretarse como el período de maduración de un futuro profesional en las distintas disciplinas. La labor del profesor en la planificación de las carreras profesionales de los estudiantes es considerada crítica. Por tanto, es necesario aprovechar la labor del docente como mentor de los estudiantes, conector con los técnicos del SEE y de su relación próxima para obtener resultados relacionados con la mejora de la empleabilidad.

Los programas docentes de las diferentes asignaturas de los títulos incluyen competencias transversales no específicas de la materia. Sin embargo, existen pocas actividades planificadas en las mismas que estén relacionadas con estas competencias.

Por tanto, se plantea el diseño de un programa que:

1. Facilite al docente toda la información sobre las funciones, programas y actividades sobre orientación profesional de los estudiantes organizadas por el SEE.
2. Permita la planificación de actividades en la programación académica de la asignatura ligadas a la mejora de competencias de carácter transversal.

Plan e-learning para la formación en competencias ligadas a la empleabilidad.

La experiencia del SPOC “Enfoca tu futuro profesional”, <http://www.orienta.uma.es/enfocatu futuro/>, valida la enseñanza online para la mejora de las competencias de nuestros estudiantes necesarias para su acceso al mercado laboral de nuestros estudiantes. El SPOC tiene un nivel de calidad contrastado y la valoración realizada por parte de los estudiantes es muy positiva. El curso puede experimentar vías de mejora y crecimiento en las siguientes direcciones:

1. Adaptación de parte de los contenidos online a las distintas disciplinas y áreas de conocimiento. El formato ha de estar basado en bloques comunes y bloques específicos que permita la orientación en determinados ámbitos profesionales.
2. Desarrollo de módulos específicos sobre competencias o áreas de mejora que se adapten a los distintos intereses que puedan tener los estudiantes y supongan bloques que den contenido a la optatividad del curso “Enfoca tu futuro profesional”.
3. Evaluación de competencias de los estudiantes que están relacionadas con la empleabilidad con el objetivo de que dar a conocer los aspectos a mejorar o potenciar en su perfil competencial.
4. El diseño de proyectos profesionales personales que facilite una hoja de ruta al futuro profesional.

Plan para el diseño de espacios de interacción entre estudiantes y entidades empleadoras.

El conocimiento mutuo y las posibilidades de interacción precisan lugares y espacios comunes que faciliten el encuentro. La UMA debe facilitar estos encuentros utilizando los formatos disponibles y en el marco de actuación del Plan Tu Valor 10 replicado en todos los centros. Entre ellos:

1. La Feria de Empleo de la UMA se ha mostrado como un evento que ha suscitado una creciente atención por parte de los alumnos, ha atraído a un número creciente de empresas y ha facilitado un número creciente de contactos con éxito laboral. La capacidad de la UMA de sumar estudiantes de diferentes perfiles en un mismo evento ha sumado el interés de las entidades empleadoras que encuentran en un mismo espacio la diversidad que buscan en muchas ocasiones.
2. Jornadas sectoriales centradas en ámbitos específicos. La experiencia de las Jornadas sobre Empleo Azul, celebradas en 10 centros de la UMA durante el curso académico 2016-17, muestra las posibilidades de dar a conocer las profesiones emergentes en sectores específicos a través de la participación de empresas y profesionales del sector.
3. Programas de formación diseñados a iniciativa de las entidades empleadoras, atendiendo a diferentes formatos y fórmulas de co-diseño y producción de los cursos. Existen ejemplos de buenas prácticas de cursos de formación realizados en colaboración con empresas y entidades con interés en la formación en

competencias específicas y la captación de talento a través de formatos diseñados para la resolución de problemas reales.

Plan para la formación en competencias específicas.

La información derivada del mercado laboral y de la interacción con las entidades empleadoras da a conocer cuáles son las competencias más valoradas o emergentes. La UMA ha de planificar su actividad formativa en base a estas competencias o bloques de competencias reconocidas como críticas en la realidad actual.

En este sentido, se propone el diseño de planes de formación en competencias específicas.

4.3. Inserción laboral de estudiantes y egresados.

La inserción laboral de los egresados de las universidades es uno de los indicadores más relevantes para evaluar la actividad de estas instituciones. Las Prácticas Externas siguen siendo la herramienta para facilitar la inserción laboral de los estudiantes. La UMA ha consolidado un programa de Prácticas Externas que desde el punto de vista cualitativo beneficia a un número elevado de estudiantes y en el que participan un número elevado de entidades colaboradoras.

Los objetivos de la línea estratégica son:

1. Corregir el actual desequilibrio en la distribución de la oferta de prácticas atendiendo a las distintas titulaciones, mejorando la oferta dirigida a titulaciones que tienen acceso a una oferta muy reducida de prácticas.
2. Facilitar el acceso al programa de Prácticas Externas a las tipologías de empresas que actualmente no recurren al mismo.
3. Homogeneizar los procesos de gestión de las prácticas curriculares y extracurriculares y estandarización de las tutorías.
4. Mejorar la oferta cualitativa de prácticas externas.
5. Propiciar la mejora de la Agencia de Colocación como herramienta para la intermediación.

En relación con el programa de Prácticas Externas y la Agencia de Colocación, son reseñables los cambios propuestos en los planes transversales "Rediseño de estructuras y procesos" y "Comunicación 360". Especialmente, el plan de mejora de la Agencia de Colocación está ligado al esfuerzo de comunicación a realizar para dar a conocer un servicio con una alta capacidad para la intermediación entre egresados y entidades empleadoras.

Además, se incluyen los siguientes planes de acción:

Planes Específicos de ayuda para la realización de Prácticas Externas.

El programa de Prácticas externas puede alcanzar a estudiantes y entidades empleadoras que actualmente no tienen un nivel de acceso medio por diversas circunstancias. Para corregir esta realidad se propone utilizar los recursos económicos disponibles para la co-financiación de las prácticas:

- Para potenciar la oferta de prácticas extracurriculares dirigida a las titulaciones con acceso a un número reducido o nulo de oportunidades.
- Para integrar a entidades, sectores o ramas de actividad con escasa participación en la oferta de prácticas externas de la UMA.

Plan de Tutorización de Prácticas Externas.

Es aconsejable la estandarización de los procesos de tutorización de las prácticas curriculares, en todas las titulaciones, y extracurriculares.

El punto de partida sería el primer Plan de Tutorización de Prácticas Extracurriculares puesto en marcha por el SEE y cuyo objetivo es **evaluar el programa para incrementar** su calidad.

La implementación de un sistema de tutorización y recogida de información permitirá la mejora de la información disponible sobre la adecuación de la formación de los estudiantes a sus necesidades, y tener un protocolo de actuación homogeneizado para la relación con los tutores de las entidades colaboradoras. .

Con la puesta en marcha de este plan sería posible:

- Incrementar la calidad de las prácticas curriculares y extracurriculares.
- Facilitar una información más adecuada para el proceso de evaluación de la calidad.
- Detectar desviaciones en los objetivos de las prácticas externas
- Facilitar la labor de tutorización a tutores académicos y de las entidades colaboradoras. .

4.4. Rediseño de la Estructura Organizativa y mejora de los procesos.

El PORHUMA 2017-20 plantea una redefinición de la dimensión del Servicio de Empleabilidad y Emprendimiento que debe concluir en el año 2020. Los cambios en cuanto a dimensión del Servicio han de ir acompañado de una redefinición de la estructura organizativa y los procesos que atienda a los siguientes objetivos:

- Generar beneficios de la suma de los esfuerzos y la coordinación de las actividades realizadas a nivel de Universidad y relacionadas con la mejora de la empleabilidad.
- Facilitar la multidisciplinariedad de las actividades de formación y orientación.
- Facilitar los procesos ligados a la formación, orientación e inserción laboral que han de asumir los centros de la UMA.
- Facilitar la participación de actores externos a la UMA en el diseño y ejecución de programas de formación y orientación para la empleabilidad.
- Mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios de los procesos típicos desarrollados por el SEE.

Los cambios en la estructura organizativa han de atender a los siguientes principios:

- Una gran parte de las actividades diseñadas para la orientación y la formación para la empleabilidad se desarrollan en base a acuerdos de colaboración con asociaciones empresariales, entidades públicas con competencias de empleo, entidades empleadoras, centros de la Universidad, asociaciones estudiantiles y profesores. Esta **estructura en red** ha de ser una referencia para la estructura organizativa, el diseño de los procedimientos y la definición de los servicios del SEE. La estructura organizativa en red ha de ser explícita en la definición de los distintos actores externos a incluir al objeto de cumplir los objetivos en materia de empleabilidad, la aportación de los mismos y el tipo de relación a establecer con cada tipología.

- Ha de reforzarse, de manera específica, la coordinación de esfuerzos con los centros de la UMA, procurando la sinergia de esfuerzos y los beneficios de la agregación de recursos destinados a la mejora de la empleabilidad, y procediéndose a la asignación de técnicos del SEE a los diferentes centros de la UMA para mejorar la colaboración y la comunicación.
- Ha de contemplar las oportunidades que facilitaría la probable constitución de una Comisión de Empleabilidad participada por todos los centros de la UMA.
- Ha de sumar nuevas unidades organizativas de carácter no formal como los foros sectoriales a crear para la captación de información por parte de las entidades empleadoras.

Por otra parte, los procedimientos llevados a cabo en la gestión del programa de prácticas, diseño, coordinación y ejecución de los programas de formación y orientación han de ser revisados en base al aprovechamiento de las nuevas tecnologías y con el objetivo de reducir los tiempos de respuesta para cada uno de los tipos de usuarios atendidos por el Servicio.

Igualmente, a nivel normativo, se sugiere realizar los cambios en la Normativa de Prácticas Externas que faciliten la reducción de los flujos de información, los costes organizativos del programa y reduzca los tiempos empleados para los periodos anteriores y posteriores a la realización de las prácticas.

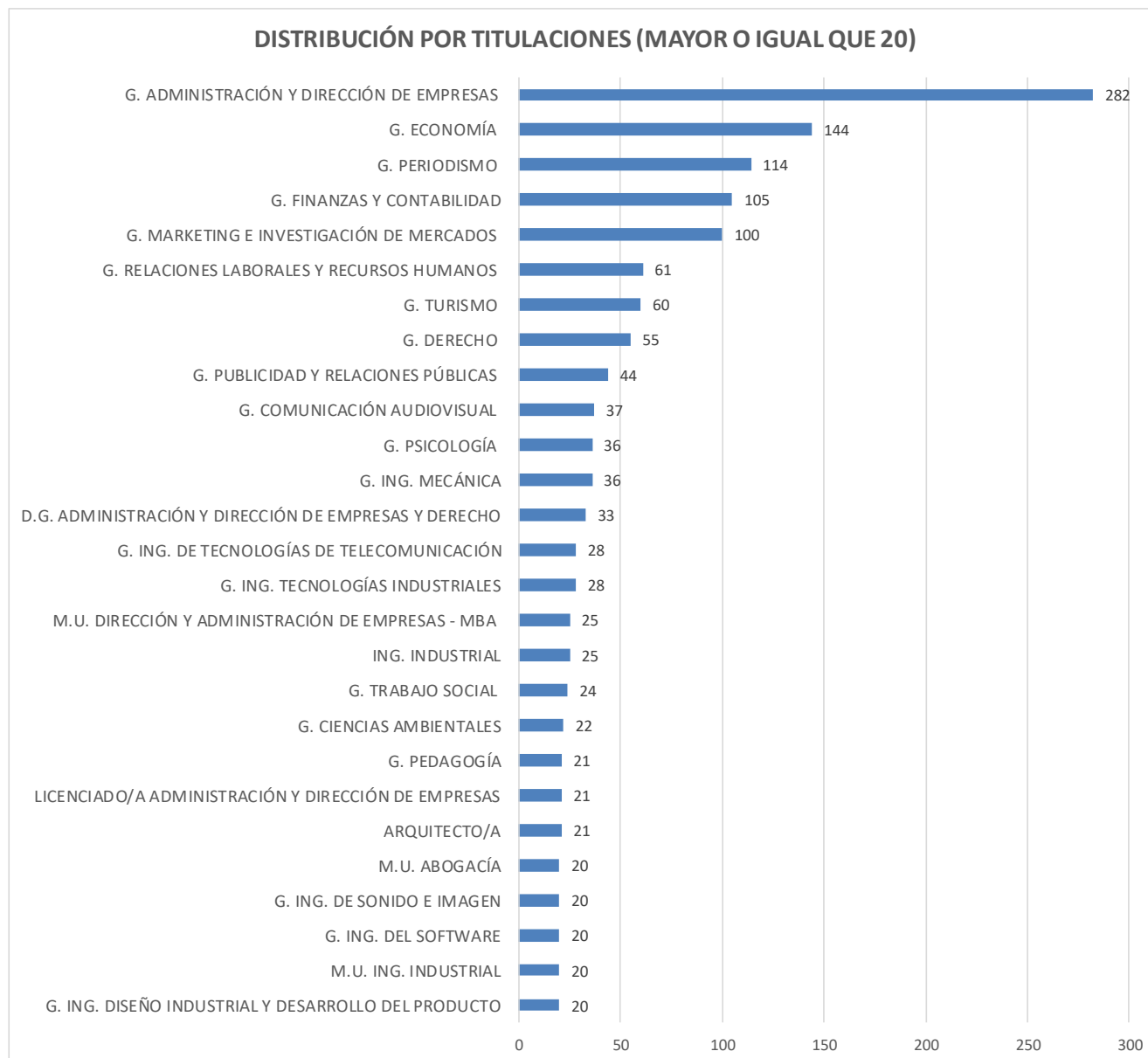
De manera especial, se prevé un carácter estratégico a la comunicación teniendo en cuenta el efecto facilitador de los objetivos definidos en cada uno de los ejes estratégicos. El diagnóstico realizado sobre la actividad llevada a cabo por el SEE indica debilidades que se pueden abordar y superar desde una estrategia de comunicación dotada con más recursos y diseñada teniendo en cuenta la amplia tipología de usuarios del SEE.

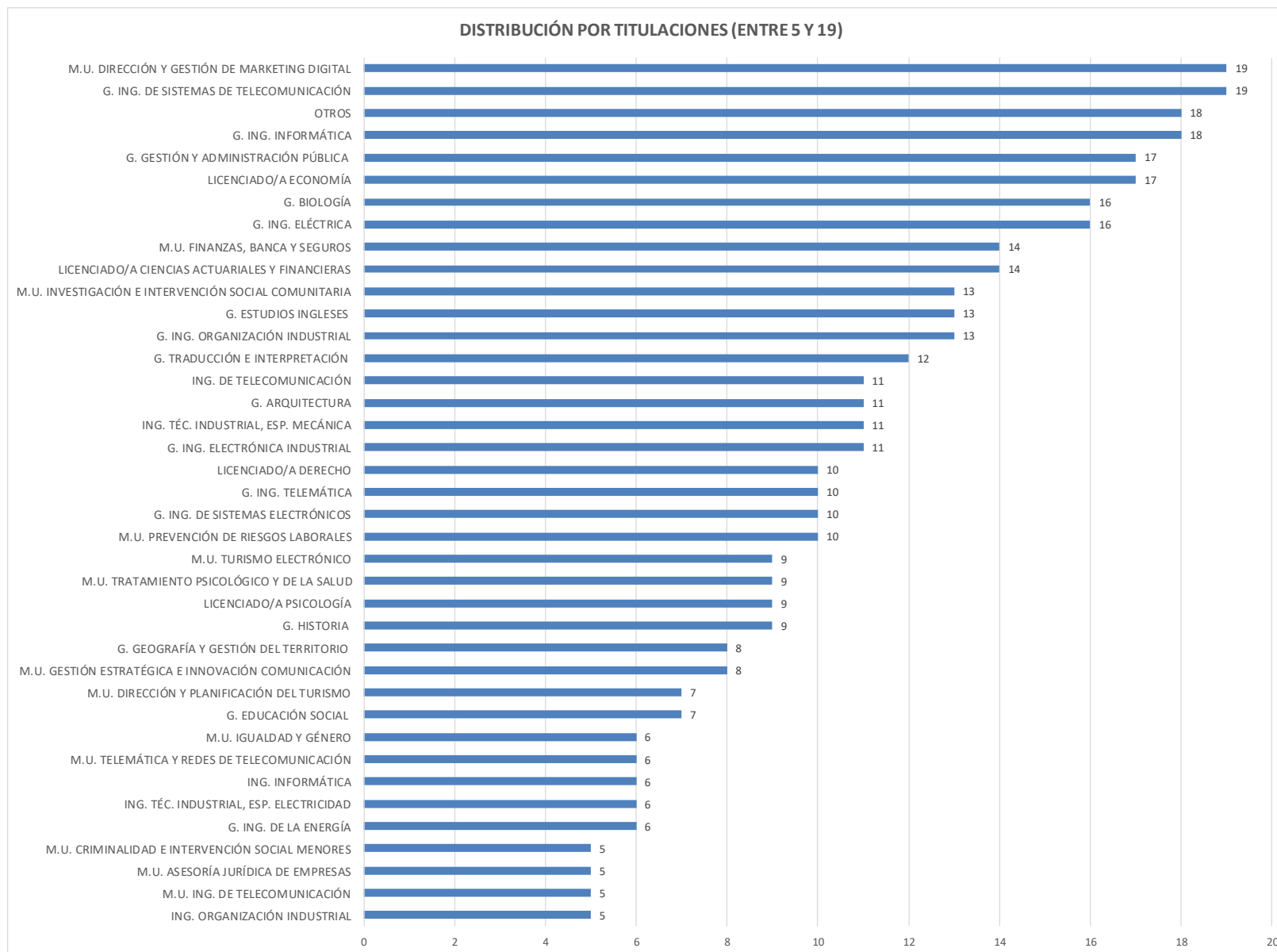
La estrategia de Comunicación 360 ha de:

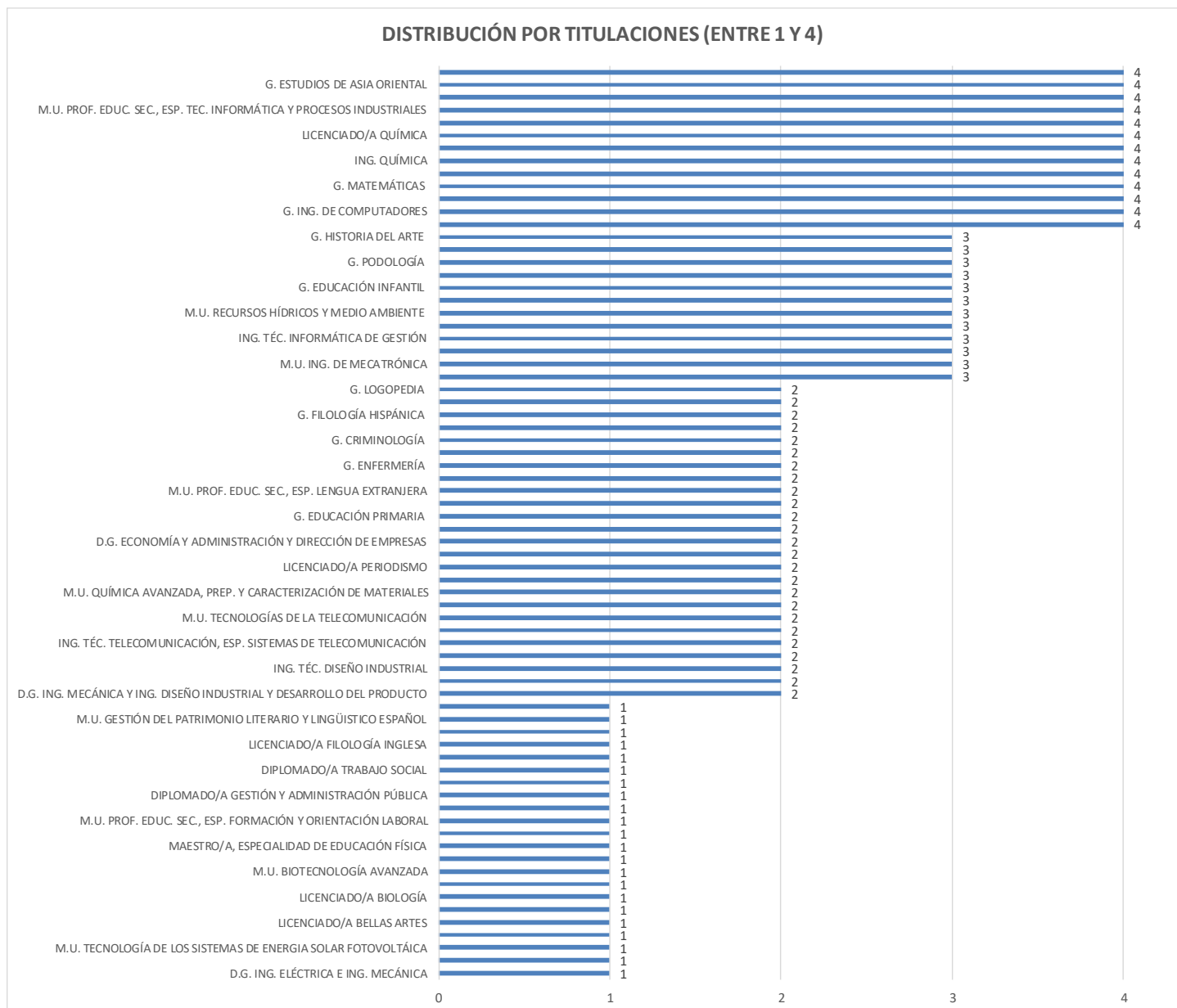
- Estar dirigida a perfiles diferentes (estudiantes, egresados, profesores, centros, entidades empleadoras, asociaciones empresariales,...) basada en un análisis del nivel de conocimiento existente de cada uno de los programas.
- Estar centrada en los valores y competencias relacionados con la empleabilidad, en la difusión de las oportunidades disponibles en el seno de la UMA y en la captación de nuevas entidades colaboradoras.
- Reforzar el uso de los soportes utilizados actualmente e introducir nuevas herramientas de comunicación que mejoren el nivel de eficiencia de los mensajes. En este sentido, la aplicación móvil de la UMA se considera un canal óptimo para la comunicación de las diferentes oportunidades sobre prácticas externas o empleos.
- Mejorar el nivel de conocimiento sobre los distintos servicios de la UMA: De manera específica, se considera que los resultados de la Agencia de Colocación son mejorables con una mejor comunicación.



Anexo 1. Información estadística. Programa de Prácticas Externas y Formación.







Anexo 2. Acciones de Formación y Orientación por CENTROS de la UMA.

ESCUELA POLITÉCNICA SUPERIOR

Total acciones realizadas: 13

Total horas de orientación: 23

Distribución de matriculados por titulación/curso

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS				
	1º	2º	3º	4º	5º
G. ING. ELECTRÓNICA INDUSTRIAL	55	49	45	65	
G. ING. ELÉCTRICA	55	49	40	105	
G. ING. MECÁNICA	112	119	149	353	
G. IN. DISEÑO INDUSTRIAL Y DESARROLLO DE PRODUCTO	75	61	57	229	
G. I. ELÉCTRICA + I. MECÁNICA	58	49	2	17	8
G. I. MEC. + I. DISEÑO IND. Y DES. PRODUCTO	59			29	14
G. I. E. IND. + G. I. ELÉC.	44	35	6	3	9

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS	
	1º	2º
MASTER OFICIAL		
MASTER EN PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES	32	35
MASTER EN REPRESENTACIÓN Y DISEÑO EN INGENIERÍA Y ARQUITECTURA	9	
MASTER EN SISTEMAS INTELIGENTES EN ENERGÍA Y TRANSPORTE	11	5
MASTER EN TECNOLOGÍA DE LOS SISTEMAS DE ENERGÍA SOLAR FOTOVOLTAICA	5	

Resumen de acciones

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34	IN35	NÚMERO DE HORAS
			TOTAL DE ASISTENCIAS	NIVEL DE SATISFACCIÓN	
EMPRENDER ES POSIBLE	G. I. ELÉC./G. I. E. IND./G. I. D.I.+D.P./G. I. MEC.	4º	6	4,6	2
INTERACTIVE DEPLOYMENT WITH WOLFRAM TECHNOLOGIES	G. I. ELÉC.+I. E. IND./G. I. ELÉC.+I. MEC./G. I. MEC.+I. D.I.+D.P./G. I. ELÉC./G. I. E. IND./G. I. D.I.+D.P./G. I. MEC.	1º/2º/3º/4º			1,5
DISEÑO+MEC. DUCATI.	G. I. ELÉC.+I. E. IND./G. I. ELÉC.+I. MEC./G. I. MEC.+I. D.I.+D.P./G. I. ELÉC./G. I. E. IND./G. I. D.I.+D.P./G. I. MEC.	1º/2º/3º/4º			1,5
PRESENTACIÓN DE LA FUNDACIÓN LABORAL DE LA CONSTRUCCIÓN.	G. I. ELÉC.+I. E. IND./G. I. ELÉC.+I. MEC./G. I. MEC.+I. D.I.+D.P./G. I. ELÉC./G. I. E. IND./G. I. D.I.+D.P./G. I. MEC.	1º/2º/3º/4º			1,5
NEW IN WOLFRAM TECHNOLOGIES.	G. I. ELÉC.+I. E. IND./G. I. ELÉC.+I. MEC./G. I. MEC.+I. D.I.+D.P./G. I. ELÉC./G. I. E. IND./G. I. D.I.+D.P./G. I. MEC.	1º/2º/3º/4º	12	4,32	1
MODELING AND SIMULATION OF COMPLEX SYSTEMS WITH WOLFRAM SYSTEM MODELER.	G. I. ELÉC.+I. E. IND./G. I. ELÉC.+I. MEC./G. I. MEC.+I. D.I.+D.P./G. I. ELÉC./G. I. E. IND./G. I. D.I.+D.P./G. I. MEC.	1º/2º/3º/4º			1,5
UN PROYECTO PROFESIONAL. TU VALOR 10.	G. I. ELÉC.+I. E. IND./G. I. ELÉC.+I. MEC./G. I. MEC.+I. D.I.+D.P./G. I. ELÉC./G. I. E. IND./G. I. D.I.+D.P./G. I. MEC.	1º/2º/3º/4º	6	4,6	1,5
TALLER DE SKETCHING 1	G. I. ELÉC.+I. E. IND./G. I. ELÉC.+I. MEC./G. I. MEC.+I. D.I.+D.P./G. I. ELÉC./G. I. E. IND./G. I. D.I.+D.P./G. I. MEC.	1º/2º/3º/4º	16	4,56	4
EQUIPO HONDA UMA	G. I. ELÉC.+I. E. IND./G. I. ELÉC.+I. MEC./G. I. MEC.+I. D.I.+D.P./G. I. ELÉC./G. I. E. IND./G. I. D.I.+D.P./G. I. MEC.	1º/2º/3º/4º	29	4,17	1
DO IT YOURSELF. FABRICACIÓN+IMPRESIÓN 3D.	G. I. ELÉC.+I. E. IND./G. I. ELÉC.+I. MEC./G. I. MEC.+I. D.I.+D.P./G. I. ELÉC./G. I. E. IND./G. I. D.I.+D.P./G. I. MEC.	1º/2º/3º/4º	15	4,27	1,5
TALLER DE SKETCHING 2	G. I. ELÉC.+I. E. IND./G. I. ELÉC.+I. MEC./G. I. MEC.+I. D.I.+D.P./G. I. ELÉC./G. I. E. IND./G. I. D.I.+D.P./G. I. MEC.	1º/2º/3º/4º	16	4,56	4
¿QUÉ HACER PARA MONTAR TU EMPRESA DE BASE TECNOLÓGICA MÁLAGA?	G. I. ELÉC.+I. E. IND./G. I. ELÉC.+I. MEC./G. I. MEC.+I. D.I.+D.P./G. I. ELÉC./G. I. E. IND./G. I. D.I.+D.P./G. I. MEC.	1º/2º/3º/4º	6	4,58	1,5
SESIÓN INFORMATIVA DE PRÁCTICAS EMPRESA	G. I. ELÉC./G. I. E. IND./G. I. D.I.+D.P./G. I. MEC./M. SIST. INT. ENER. TRANS.	1º/2º/3º/4º	25	4,23	0,5

ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE ARQUITECTURA

Total acciones realizadas: 3

Total horas de orientación: 8

Distribución de matriculados por titulación/curso

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS				
	1º	2º	3º	4º	5º
GRADOS					
GRADO ARQUITECTURA	75	66	64	57	109

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS	
MASTER OFICIAL	1º	2º
PROYECTOS ARQUITECTÓNICOS EN TERMODINÁMICA Y DIS. AMBIENTAL	9	-

Resumen de acciones

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34	IN35	NÚMERO DE HORAS
			TOTAL DE ASISTENCIAS	NIVEL DE SATISFACCIÓN	
LA RESPONSABILIDAD CIVIL EN LA PROFESIÓN DEL ARQUITECTO	GRADO EN ARQUITECTURA	4º	61	4,7	4
CONFERENCIA ESTUDIO DE ARQUITECTURA AMIDCERO9	GRADO EN ARQUITECTURA	Todos	67	4	2
CONFERENCIA ARQUITECTOS SIN FRONTERAS	GRADO EN ARQUITECTURA	Todos	53	4	2

ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE INGENIERÍA DE TELECOMUNICACIÓN

Total acciones realizadas: 19

Total horas de orientación: 20

Distribución de matriculados por titulación/curso

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS			
	1º	2º	3º	4º
GRADOS				
G. INGENIERÍA DE SISTEMAS DE TELECOMUNICACIÓN	49	41	43	64
G. INGENIERÍA DE SISTEMAS ELECTRÓNICOS	54	34	38	60
G. INGENIERÍA DE SONIDO E IMAGEN	61	48	45	76
G. INGENIERÍA DE TECNOLOGÍAS DE TELECOMUNICACIÓN	87	57	46	71
G. INGENIERÍA TELEMÁTICA	45	27	20	33

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS	
MASTER OFICIAL	1º	2º
M.U. INGENIERÍA ACÚSTICA	12	
M.U. INGENIERÍA DE TELECOMUNICACIÓN	22	16
M.U. SISTEMAS ELECT. ENTORNOS INTELIGENTES	30	
M.U. TECNOLOGÍA DE TELECOMUNICACIÓN	1	
M.U. TELEMÁTICA Y RR. TELECOMUNICACIÓN	19	

Resumen de acciones

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34 TOTAL DE ASISTENCIAS	IN35 NIVEL DE SATISFACCIÓN	NÚMERO DE HORAS
VISITA A LINK-BY-UMAY Y CHARLA SOBRE CREACIÓN DE EMPRESAS	M.U. TELEMÁTICA Y REDES DE TELECOMUNICACIÓN	Todos	8		2
MERCADO LABORAL EN INGENIERÍA	M.U. TELEMÁTICA Y REDES DE TELECOMUNICACIÓN	Todos	8		2
OPORTUNIDADES LABORALES PARA INGENIEROS DE TELECOMUNICACIÓN EN LAS FUERZAS ARMADAS	G. INGENIERÍA DE SISTEMAS DE TELECOMUNICACIÓN	Todos	50		0,5
EMPLEO TECNOLÓGICO: TENDENCIAS ACTUALES	G. INGENIERÍA DE SISTEMAS DE TELECOMUNICACIÓN	Todos	50		0,5
AT4 WIRELESS: CRECIENDO CON TALENTO Y DEDICACIÓN	G. INGENIERÍA DE SISTEMAS DE TELECOMUNICACIÓN	Todos	50		0,5
OPORTUNIDADES LABORALES EN INGENIERÍA	G. INGENIERÍA DE SISTEMAS DE TELECOMUNICACIÓN	Todos	50		0,5
ERICSSON MÁLAGA RND CENTER	G. INGENIERÍA DE SISTEMAS DE TELECOMUNICACIÓN	Todos	20		0,5
EXPERIENCIA LABORAL Y EMPRENDEDORA EN INGENIERÍA AUDIOVISUAL	G. INGENIERÍA DE SISTEMAS DE TELECOMUNICACIÓN	Todos	55		0,5
ASESORAMIENTO DEL COIT A LOS ESTUDIANTES EN LA BÚSQUEDA DE EMPLEO	G. INGENIERÍA DE SISTEMAS DE TELECOMUNICACIÓN	Todos	55		0,5
LA EXPERIENCIA DE CREACIÓN DE UNA START-UP	G. INGENIERÍA DE SISTEMAS DE TELECOMUNICACIÓN	Todos	55		0,5
AERT EC SOLUTIONS CHALLENGE PARA BÚSQUEDA DE JÓVENES TALENTOS UNIVERSITARIOS	G. INGENIERÍA DE SISTEMAS DE TELECOMUNICACIÓN	Todos	30		0,5
CLASE DIVULGATIVA DE PERSONAL DEL CADE (ANDALUCÍA EMPRENDE)	G. INGENIERÍA DE SISTEMAS ELECTRÓNICOS	3º	30		0,5
DIFERENCIAS EN EL DESARROLLO DE PROYECTOS: OPEN-SOURCE VS. INDUSTRIAL	M.U. TELEMÁTICA Y REDES DE TELECOMUNICACIÓN	Todos	8		2
VISITA A LINK-BY-UMAY: SESIÓN DE INNOVACIÓN EN CREACIÓN DE EMPRESAS	G. INGENIERÍA DE SISTEMAS DE TELECOMUNICACIÓN	1º	15		1
EXPERIENCIA DE CREACIÓN DE UNA START-UP	M.U. TELEMÁTICA Y REDES DE TELECOMUNICACIÓN	Todos	8		2
BREVE PERSPECTIVA DE LAS COMUNICACIONES POR SATELITE Y POSIBILIDADES LABORALES	G. INGENIERÍA DE SISTEMAS DE TELECOMUNICACIÓN	Todos	15		1
CÓMO SER INGENIERO DE TELECOMUNICACIÓN EN UN AYUNTAMIENTO... Y NO MORIR EN EL INTENTO	G. INGENIERÍA DE SISTEMAS DE TELECOMUNICACIÓN	Todos	15		1
LAS POSIBILIDADES LABORALES DEL INGENIERO ACÚSTICO	M.U. INGENIERÍA ACÚSTICA	Todos	40	3,98	3
LA FÓRMULA DEL EMPRENDEDOR	G. INGENIERÍA DE SISTEMAS ELECTRÓNICOS	3º	2		1

El dato del IN35: Nivel de Satisfacción es poco indicativo al estar medido únicamente en una actividad.

ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

Total acciones realizadas: 38

Total horas de orientación: 153

Distribución de matriculados por titulación/curso

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS			
GRADOS	1º	2º	3º	4º
G. INGENIERÍA DE LA ENERGÍA	66	60	53	46
G. INGENIERÍA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL	58	50	52	58
G. INGENIERÍA ELECTRÓNICA, ROBÓTICA Y MECATRÓNICA	64	68	64	50
G. INGENIERÍA TECNOLOGÍAS INDUSTRIALES	226	258	192	259

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS	
MASTER OFICIAL	1º	2º
M.U. HIDRÁULICA AMBIENTAL	5	-
M.U. INGENIERÍA INDUSTRIAL	56	39
M.U. MECATRÓNICA	165	12

Resumen de acciones:



ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34 TOTAL DE ASISTENCIAS	IN35 NIVEL DE SATISFACCIÓN	NÚMERO DE HORAS
ACTO DE BIENVENIDA	G.I. ENER./G.I. ORG. IND./G.I. ELEC. ROB. MEC./G.I. TEC. IND.	1º	250	4,19	2
CHARLA DE BIENVENIDA	M.ING. MEC.	1º	22	3,76	1
MOVILIDAD ESTUDIANTIL PARA EL CURSO 15-16			93		1,5
CHARLA INFORMATIVA SOBRE MOVILIDAD ESTUDIANTIL PARA EL CURSO 2016-2017	G.I. ENER./G.I. ORG. IND./G.I. ELEC. ROB. MEC./G.I. TEC. IND./M.ING. IND.	Todos	93		1,5
CHARLA DE BIENVENIDA	M.ING. IND.	1º	50	3,53	1
VISITA A ARZON	G.I. ELEC. ROB. MEC.	4º	15	4,50	4
VISITA A LA EMPRESA ARZON (INSTALACIONES ALT RA) EN MÁLAGA	G.I. ELEC. ROB. MEC.	Todos	15	4,48	4
HISTORIA DE LAS ENSEÑANZAS DE LA INGENIERÍA INDUSTRIAL EN ESPAÑA	G.I. TEC. IND.	Todos	27	0,00	1
VISITA A LA PLATAFORMA SOLAR DE ALMERÍA (PSA) EN TABERNAS	G.I. ENER.	4º	23	4,76	8
VISITA A PARQUE EÓLICO SIERRA DE AGUA		Todos	22	4,71	2
DISTRICT HEATING. EL CASO DE LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID	G.I. ENER.	2º/3º/4º/Todos	46	4,15	1
CHARLA SOBRE TURBINAS	G.I. ENER./G.I. TEC. IND.	4º	39	4,55	1
CHARLA SOBRE TURBINAS	G.I. ENER./G.I. TEC. IND./M. HID. AMB./M.ING. IND.	Todos	39	4,55	1
VISITA A LA CENTRAL DEL TAJO DE LA ENCANTADA	G.I. Eléctrica/G.I. TEC. IND.	4º	37	4,44	5
VISITA A LA CENTRAL HIDROELÉCTRICA DEL TAJO DE LA ENCANTADA (EL CHORRO)	G.I. ENER./G.I. TEC. IND./M.ING. IND.	Todos	37	4,43	5
CHARLA DEL DIRECTOR TÉCNICO DE ENEROCEAN	G.I. ENER.	4º	10	4,67	1
EL PODER DE LAS ACTITUDES POSITIVAS			150	4,32	1,5
EL PODER DE LAS ACTITUDES POSITIVAS	G.I. ENER./G.I. ORG. IND./G.I. ELEC. ROB. MEC./G.I. TEC. IND./M. HID.	Todos	150	4,32	1,5
CICLO DE CONFERENCIAS 1 DEL 25 ANIVERSARIO DE LA ETSI INDUSTRIAL	G.I. ENER./G.I. ORG. IND./G.I. ELEC. ROB. MEC./G.I. TEC. IND./M. HID.	Todos	156	0,00	18
III TALLER DE EMPRENDIMIENTO EN LA PRÁCTICA	M.ING. IND.	2º	12	0,00	16
VISITA A COFARAN (COOPERATIVA DE FARMACIAS ANDALUZAS) EN MÁLAGA	G.I. ELEC. ROB. MEC.		18	4,38	3
VISITA A LA FÁBRICA FUJITSU EN MÁLAGA	G.I. ORG. IND.	4º	17	4,84	4
PRESENTACIÓN DE EUROCEAN	G.I. ENER.	4º	10	4,68	1
CHARLAS INFORMATIVAS SOBRE LOS ITINERARIOS Y MENCIONES	G.I. ENER./G.I. ORG. IND./G.I. ELEC. ROB. MEC./G.I. TEC. IND.	3º	70	0,00	5
ENTREPRENEURIAL BRAINS MADE ON CAMPUS (EBMC)	G.I. ENER./G.I. ORG. IND./G.I. ELEC. ROB. MEC./G.I. TEC. IND./M. HID.	Todos	0	0,00	16
HACKFORGOOD	G.I. ENER./G.I. ORG. IND./G.I. ELEC. ROB. MEC./G.I. TEC. IND./M. HID.	Todos	80	0,00	18
MESA REDONDA "QUIERO SER INGENIERA"	G.I. ENER./G.I. ORG. IND./G.I. ELEC. ROB. MEC./G.I. TEC. IND./M. HID.	Todos	24	0,00	2
CHORROS: DE FENÓMENOS UBICUOS A POTENTES HERRAMIENTAS CON INGENIERAS APLICACIONES CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS	G.I. ENER./G.I. ORG. IND./G.I. ELEC. ROB. MEC./G.I. TEC. IND./M. HID.	Todos	70	0,00	2
CONFERENCIA "ENERGÍA NUCLEAR: PASADO, PRESENTE Y FUTURO"			109	4,38	1,5
CICLO DE CONFERENCIAS 2 DEL 25 ANIVERSARIO DE LA ETSI INDUSTRIAL	G.I. ENER./G.I. ORG. IND./G.I. ELEC. ROB. MEC./G.I. TEC. IND./M. HID.	Todos	284	0,00	5
QUEUING THEORY TO IMPROVE THE PRODUCTION PROCESS	G.I. ENER./G.I. ORG. IND./G.I. ELEC. ROB. MEC./G.I. TEC. IND./M. HID.	Todos	58	2,85	1,5
REUNIÓN INFORMATIVA CON LOS ALUMNOS DE LA TITULACIÓN	G.I. ENER.	1º/2º/3º/4º	13	4,33	1
CONFERENCIA "REFLEXIONANDO SOBRE LOS COMIENZOS DE LA CARRERA PROFESIONAL"	G.I. ENER./G.I. ORG. IND./G.I. ELEC. ROB. MEC./G.I. TEC. IND./M. HID.	Todos	45	0,00	1
REUNIÓN INFORMATIVA CON LOS ALUMNOS DE LA TITULACIÓN	G.I. ENER.	1º/2º/3º/4º	9	4,02	1
CICLO DE CONFERENCIAS 3 DEL 25 ANIVERSARIO DE LA ETSI INDUSTRIAL	G.I. ENER./G.I. ORG. IND./G.I. ELEC. ROB. MEC./G.I. TEC. IND./M. HID.	Todos	263	0,00	4
VISITA A EMPRESA	G.I. ORG. IND.	3º/4º	25	0,00	3
CONFERENCIA "EL SECTOR DEL AUTOMÓVIL EN LA INDUSTRIA ANDALUZA: VALEO LIGHTING SYSTEMS"	G.I. ENER./G.I. ORG. IND./G.I. ELEC. ROB. MEC./G.I. TEC. IND./M. HID.	Todos	17	0,00	2
VISITA AL PARQUE EÓLICO DE SIERRA DE AGUAS EN ÁLORA (MÁLAGA)	G.I. ENER.	2º/3º/4º	22	4,71	5

Los eventos realizados en formato “feria”, por sus características y dificultad para medir, si bien se contabilizan como una acción propia dentro del PAO, no pueden alimentar los indicadores de asistencias y satisfacción. Se ofrecen los datos aportados por el Centro:

- Feria Virtual del Instituto de Ingeniería: celebrada 28 y 29 de octubre de 2015, con una duración de 48 horas.
- Feria de Posgrado de la UMA celebrada 2 y 3 de marzo de 2016, con 20 visitantes de diferentes titulaciones impartidas en el Centro.

ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE INGENIERÍA INFORMÁTICA

Total acciones realizadas: 22

Total horas de orientación: 108

Distribución de matriculados por titulación/curso

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS			
	1º	2º	3º	4º
GRADOS				
G. INGENIERÍA DE LA SALUD	65	33	45	55
G. INGENIERÍA DEL SOFTWARE	68	76	60	92
G. INGENIERÍA INFORMÁTICA	151	74	60	98
G. INGENIERÍA DE COMPUTADORES	68	32	29	27

TITULACIONES	NUMERO DE MATRICULADOS	
	1º	2º
MASTER OFICIAL		
M.U. I.SOFT. E INTELIGENCIA ARTIFICIAL	13	-
M.U. ING.INFORMÁTICA	13	5

Resumen de acciones

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34	IN35	NÚMERO DE HORAS
			TOTAL DE ASISTENCIAS	NIVEL DE SATISFACCIÓN	
MÉTODO EL CASO	G.I.COMP./G.I.SOFT./G.I. INF.	1º/2º/3º	231	4,32	2
PRESENTACIÓN EMPRESA CORDIS	G.I.COMP./G.I.SOFT./G.I. INF.	3º/4º			1
HACKATHON IOT	G.I.COMP./G.I.SOFT./G.I. INF.	1º/2º/3º/4º	30		16
CHARLA INFORMATIVA HAZ PRÁCTICAS, CONOCE Y PARTICIPA LAS STARTUPS BOLT	G.I.COMP./G.I.SALUD/G.I.SOFT./G.I. INF.	1º/2º/3º/4º			1
PRESENTACIÓN DE LA INICIATIVA 'CODE IN THE DARK'	G.I.COMP./G.I.SOFT./G.I. INF.	1º/2º/3º/4º	30		4
TALLER DE FORMACIÓN/CONCURSO DE SALESFORCE	G.I.COMP./G.I.SOFT./G.I. INF.	1º/2º/3º/4º	30		15
PRESENTACIÓN PROCESOS DE SELECCIÓN GRUPO ARALANCE	G.I.COMP./G.I.SOFT./G.I. INF.	3º/4º			2
PRESENTACIÓN E INSCRIPCIÓN EL RETO 'GOOGLE HASH CODE 2016'	G.I.COMP./G.I.SOFT./G.I. INF.	1º/2º/3º/4º	20		4
PRESENTACIÓN Y PRUEBA DEL PROGRAMA 'TALENTUM DE TELEFONICA'	G.I.COMP./G.I.SALUD/G.I.SOFT./G.I. INF.	1º/2º/3º/4º	30		2
CHARLA SOBRE EL RETO SALUD ANDALUCÍA	G.I.COMP./G.I.SALUD/G.I.SOFT./G.I. INF.	1º/2º/3º/4º	30		1
II EDICIÓN DE MÁLAGA MAKERS IDEATHONS	G.I.COMP./G.I.SOFT./G.I. INF.	1º/2º/3º/4º	20		3
WOMEN TECH MAKERS	G.I.COMP./G.I.SALUD/G.I.SOFT./G.I. INF.	1º/2º/3º/4º	30		3
PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA 'EBURY-FOREIGN EXCHANGE SOLUTIONS'	G.I.COMP./G.I.SOFT./G.I. INF.	3º/4º			1
PRESENTACIÓN DEL RETO 'AERTEC SOLUTIONS CHALLENGE'	G.I.COMP./G.I.SOFT./G.I. INF.	1º/2º/3º/4º			1
ISALUD: UNA REFLEXIÓN DE LOS RETOS DE LA PROFESIÓN	G.I.SALUD	1º/2º/3º/4º	70		2
CONFERENCIA-REFLEXIONANDO SOBRE LOS COMIENZOS DE LA CARRERA PROFESIONAL: EL CV Y LA	G.I.COMP./G.I.SALUD/G.I.SOFT./G.I. INF.	1º/2º/3º/4º	20		1
HACKATHON CATEDRA SEGURIDAD, EMERGENCIAS Y CATÁSTROFES UMA	G.I.COMP./G.I.SOFT./G.I. INF.	1º/2º/3º/4º			36
PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA EASY PAYMENT GATEWAY (EPG)	G.I.COMP./G.I.SOFT./G.I. INF.	3º/4º	30		1
PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA 'DELOITTE'	G.I.COMP./G.I.SOFT./G.I. INF.	3º/4º	20		1
INVITACIÓN AL EVENTO 'GOOGLE IO EXTENDED'	G.I.COMP./G.I.SOFT./G.I. INF.	1º/2º/3º/4º	30		4
GDG OPEN CONFERENCE	G.I.COMP./G.I.SOFT./G.I. INF.	1º/2º/3º/4º	70		5
DÍA DE LA MUJER LA TECNOLOGÍA	G.I.COMP./G.I.SALUD/G.I.SOFT./G.I. INF.	1º/2º/3º/4º	35		2

FACULTAD DE BELLAS ARTES

Total acciones realizadas: 24

Total horas de orientación: 54

Distribución de matriculados por titulación/curso

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS			
GRADOS	1º	2º	3º	4º
G. BELLAS ARTES	88	74	46	135

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS	
MASTER OFICIAL	1º	2º
M.U. PRODUCCIÓN ARTÍSTICA INTERDISCIPLINAR	25	-

Resumen de acciones

El dato del IN35: Nivel de Satisfacción es poco indicativo al estar medido únicamente en una actividad.

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34 TOTAL DE ASISTENCIAS	IN35 NIVEL DE SATISFACCIÓN	NÚMERO DE HORAS
EXPOSICIÓN: ANAGNÓRISIS-LA TRAMA DE LA ARTISTA MARÍA DÁVILA	GRADO EN BELLAS ARTES	Todos			
EXPOSICIÓN: MÁQUINAS DE MIRAR DE JUAN CARLOS ROBLES.	GRADO EN BELLAS ARTES	Todos			
EXPOSICIÓN: ECOICÓNOCLASTAS. OCHO INSTALACIONES AUDIOVISUALES DEL GRUPO DE INVESTIGACIÓN KERSOINU	GRADO EN BELLAS ARTES	Todos			
JORNADAS DE BIENVENIDA	GRADO EN BELLAS ARTES	1º	85	4,50	85
EXPOSICIÓN DE BECADOS ARTISTAS RESIDENTES DE POSTGRADO 2014/15: T (RE) SILENCE, T (RE) SILENCE, T (RE) SILENCE	GRADO EN BELLAS ARTES	Todos			
EXPOSICIÓN: "MARYON PARK" DE JAVIER VALVERDE.	GRADO EN BELLAS ARTES	Todos			
JORNADAS DE ACOGIDA DEL MÁSTER EN PRODUCCIÓN ARTÍSTICA INTERDISCIPLINAR	MÁSTER EN PRODUCCIÓN ARTÍSTICA INTERDISCIPLINAR	5º	20	4,23	2
III BECA ARTISTA RESIDENTE DE POSGRADO. 2015/2016	GRADO EN BELLAS ARTES	Todos			
EXPOSICIÓN: "PASEO DEL PARQUE" DE ANTONIO NAVARRO.					
CONFERENCIA: "NO HAY ESPECTADORES" DE PABLO ESPAÑA. VEDICIÓN DE LAS JORNADAS DE PRÁCTICAS ARTÍSTICAS.	GRADO EN BELLAS ARTES	Todos	27	4,30	27
EXPOSICIÓN: "HUILLE DE POISON. ADOBNOS/EN EL SALÓN" DE JOSE LUIS VALVERDE.	GRADO EN BELLAS ARTES	Todos			
CONFERENCIA: "DIBUNJANDO PALABRAS Y ESCRIBIENDO IMÁGENES: DOS AUTORES DE CÓMICS HABLAN DE SU OBRA", IMPARTIDA POR MATT	GRADO EN BELLAS ARTES	Todos	37	4,50	37
TALLER DE PRÁCTICAS CURRICULARES	GRADO EN BELLAS ARTES	3º/4º	15	4,61	1
SESIÓN INFORMATIVA SOBRE TFG Y PRÁCTICAS EXTERNAS CURRICULARES	GRADO EN BELLAS ARTES	3º/4º	19	4,06	19
CONFERENCIA: "OUR MEN IN TAHITI" IMPARTIDA POR SIMÓN ZABELL.	GRADO EN BELLAS ARTES	Todos	56	4,50	3
CONFERENCIA: "TECHNOLOGY AND HANDCRAFTSMANSHIP" IMPARTIDA POR DANIEL PALACIOS.	GRADO EN BELLAS ARTES	Todos	80	4,30	80
CONFERENCIA: "EL CRISTAL SE VENGA. TEXTOS, ARTÍCULOS E ILUMINACIONES DE JOSE LUIS BREA" IMPARTIDA POR LUIS FRANCISCO	GRADO EN BELLAS ARTES	Todos	51	4,10	2
JORNADAS TU VALOR 10	GRADO EN BELLAS ARTES	4º	25	4,50	25
CONFERENCIA: "GALERISMO Y COLECCIONISMO DE ARTE CONTEMPORÁNEO EN ESPAÑA" IMPARTIDA POR CHEMA DE FRANCISCO.	GRADO EN BELLAS ARTES	Todos	23	4,70	2
CONFERENCIA: "GRAN MENTIRA. ARTE Y NECESIDAD" IMPARTIDA POR JAVIER CODESILL.	GRADO EN BELLAS ARTES	Todos	22	4,50	22
CONFERENCIA: "CÓMO SER JUANJO SÁEZ" IMPARTIDA POR JUANJO SÁEZ.	GRADO EN BELLAS ARTES	Todos	19	4,30	2
CONFERENCIA: "COLECCIONANDO EXPERIENCIAS. ARTE Y EMPRESA" IMPARTIDA POR ALICIA VENTURA.	GRADO EN BELLAS ARTES	Todos	34	4,70	34
CONFERENCIA: "PRÁCTICAS ARTÍSTICAS COMO PROCESOS SISTÉMICOS" IMPARTIDA POR RAMÓN PARRAMÓN.	GRADO EN BELLAS ARTES	Todos	38	4,30	2
CONFERENCIA: "FORMACIÓN ORIENTADA: ITINERARIOS PROFESIONALES ASOCIADOS A LAS ASIGNATURAS OPTATIVAS EN EL PLAN DE ESTUDIOS DE	GRADO EN BELLAS ARTES	2º/3º	45	4,80	45

FACULTAD DE CIENCIAS

Total acciones realizadas: 3

Total horas de orientación: 12

Distribución de matriculados por titulación/curso

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS			
GRADOS	1º	2º	3º	4º
G. BIOLOGÍA	169	159	222	231
G. BIOQUÍMICA	71	59	50	68
G. CIENCIAS AMBIENTALES	142	112	114	122
G. INGENIERÍA QUÍMICA	75	43	53	78
G. MATEMÁTICAS	77	69	52	73
G. QUÍMICA	85	58	54	60

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS	
MASTER OFICIAL	1º	2º
M.U. BIOLOGÍA CELULAR Y MOLECULAR	26	-
M.U. ANÁLISIS Y GESTIÓN AMBIENTAL	17	-
M.U. BIOLOGÍA EVOLUTIVA	8	-
M.U. BIOTECNOLOGÍA AVANZADA	16	-
M.U. DIVERSIDAD BIOLÓGICA	13	-
M.U. INGENIERÍA QUÍMICA	4	13
M.U. MATEMÁTICAS	5	-
M.U. QUÍMICA	8	-

Resumen de acciones

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34 TOTAL DE ASISTENCIAS	IN35 NIVEL DE SATISFACCIÓN	NÚMERO DE HORAS
V10: MIRANDO AL FUTURO DE LA BIOLOGÍA	GRADO EN BIOLOGÍA	4º	65	3,86	4
V10: MIRANDO AL FUTURO DE LA BIOLOGÍA	GRADO EN BIOLOGÍA	4º	68	4,10	4
V10 MIRANDO AL FUTURO DE LA BIOQUÍMICA	GRADO EN BIOQUÍMICA	3º	56	4,54	4

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Total acciones realizadas: 9
Total horas de orientación: 62

Distribución de matriculados por titulación/curs

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS			
	1º	2º	3º	4º
G. COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	134	125	86	181
G. PERIODISMO	132	120	109	186
G. PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	136	122	111	166

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS	
	1º	2º
MASTER OFICIAL		
M.U. GESTIÓN ESTRATÉGICA E INNOVACIÓN EN COMUNICACIÓN	31	
M.U. INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA	6	

Resumen de acciones

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34 TOTAL DE ASISTENCIAS	IN35 NIVEL DE SATISFACCIÓN	NÚMERO DE HORAS
V EDICIÓN DEL PROYECTO MAÑANA (*)	G. COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	3º/4º	5	4,05	
I CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE PERIODISMO DE DATOS. NUEVAS NARRATIVAS PARA EL PERIODISMO ESPECIALIZADO	G. PERIODISMO	1º/2º/3º/4º	106		16
CHARLA DE ÁNGEL DE LOS RÍOS, SOCIAL MEDIA MANAGER DE DIARIO SUR	G. PERIODISMO	3º	30		2
JORNADAS DE COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN EN SALUD	G. COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL/G. PERIODISMO/G. PUB. RR.PP.	1º/2º/3º/4º	139		25
DÍA MUNDIAL DE LA LIBERTAD DE PRENSA 2016	G. PERIODISMO	1º/2º/3º/4º	101		2,5
CONFERENCIA DEL DR. FRANCISCO MOSTAZO	G. PERIODISMO	3º	44		2
CONFERENCIA DEL PERIODISTA ÁNGEL SASTRE: "REPORTEROS DE GUERRA: VIVIR PARA CONTARLO"	G. COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL/G. PERIODISMO/G. PUB. RR.PP.	1º/2º/3º/4º	177		2,5
EXPOSICIÓN DE TRABAJOS DE ALUMNOS "DIAMANTES EN BRUTO VII, 2ª PARTE"	G. COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL/G. PERIODISMO/G. PUB. RR.PP.	1º/2º/3º/4º	100		10
IV DATABEERS MÁLAGA	G. PERIODISMO	4º	3	2,00	2

El dato del IN35: Nivel de Satisfacción es poco indicativo al estar medido únicamente en dos actividades.

(*) El "Proyecto Mañana" es una iniciativa de Atresmedia. Su principal objetivo es crear lazos entre el mundo empresarial y el universitario, con la finalidad de originar ideas frescas e innovadoras, que mejoren el servicio prestado por los medios de comunicación audiovisuales. Han participado en la V Edición, 5 estudiantes del Grado en Comunicación Audiovisual.

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Total acciones realizadas: 64
Total horas de orientación: 278

Distribución de matriculados por titulación/curs

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS			
	1º	2º	3º	4º
GRADO EDUCACIÓN INFANTIL	128	193	148	265
GRADO EDUCACIÓN PRIMARIA	387	358	388	503
GRADO EDUCACIÓN SOCIAL	57	63	50	109
GRADO PEDAGOGÍA	130	119	111	132

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS	
	1º	2º
MASTER OFICIAL		
M.U. EN CAMBIO SOCIAL Y PROFESIONES EDUCATIVAS	38	
M.U. EN CULTURA DE PAZ, CONFLICTOS, EDUCACIÓN Y DERECHOS HUMANOS	45	
M. U. EN DOBLE TÍTULO M. U. EN ESO- ESP. CC.SOCIALES/ M. U. FILOSOFÍA/C	1	8
M. U. EN DOBLE TÍTULO M. U. EN ESO- ESP. LENGUA/ GESTIÓN DEL PATRIMONIO		10
M. U. EN DOBLE TÍTULO M. U. EN ESO- ESP. MATEMÁTICAS/ MÁSTER UNIVERSI		15
M. U. EN DOBLE TÍTULO M. U. EN ESO- ESP. LENGUA EXTRANJERA: INGLÉS/ MÁ		10
M. U. EN EDUCADOR/ EDUCADORA AMBIENTAL	10	
M. U. EN POLÍTICAS Y PRÁCTICAS DE INNOVACIÓN EDUCATIVA	36	
M. U. EN PROFESORADO DE E.S.O. BACHILLERATO, FORMACIÓN PR	546	

Resumen de acciones

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34 TOTAL DE ASISTENCIAS	IN35 NIVEL DE SATISFACCIÓN	NÚMERO DE HORAS
JORNADA: PREPARA TU FUTURO PROFESIONAL EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN	G. EDUCACIÓN INFANTIL	1º	54	4,00	5
JORNADA: PREPARA TU FUTURO PROFESIONAL EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	1º	123	4,00	5
JORNADA: PREPARA TU FUTURO PROFESIONAL EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN	G. PEDAGOGÍA	1º	72	4,00	5
ORIENTACIÓN PROFESIONAL Y EMPRENDIMIENTO EN LA UMA	G. PEDAGOGÍA	4º	96	5,00	3
JORNADA "SER EDUCADOR/A SOCIAL HOY"	G. EDUCACIÓN SOCIAL	Todos	265	5,00	5
SEMINARIO Y TALLER: ESTRATEGIAS PARA ORIENTARSE PROFESIONALMENTE	G. PEDAGOGÍA	1º	90	4,00	10
SEMINARIO Y TALLER: ESTRATEGIAS PARA ORIENTARSE PROFESIONALMENTE	G. EDUCACIÓN SOCIAL	1º	70	4,00	10
SEMINARIO Y TALLER: ESTRATEGIAS PARA ORIENTARSE PROFESIONALMENTE	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	1º	230	4,00	10
SEMINARIO Y TALLER: ESTRATEGIAS PARA ORIENTARSE PROFESIONALMENTE	G. EDUCACIÓN INFANTIL	1º	160	4,00	10
TALLER DE COMPETENCIAS PROFESIONALES PARA LA MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD EN EL PROFESIONAL DE LA EDUCACIÓN	G. PEDAGOGÍA	3º	153	4,00	5

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34 TOTAL DE ASISTENCIAS	IN35 NIVEL DE SATISFACCIÓN	NÚMERO DE HORAS
CHARLA "MENCIONES EN EDUCACIÓN PRIMARIA"	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	2º	230	5,00	1
TALLER DE COMPETENCIAS PROFESIONALES PARA LA MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD EN EL PROFESIONAL DE LA EDUCACIÓN	G. EDUCACIÓN SOCIAL	3º	75	4,00	5
TALLER DE COMPETENCIAS PROFESIONALES PARA LA MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD EN EL PROFESIONAL DE LA EDUCACIÓN	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	3º	247	4,00	5
SEMINARIO SOBRE EL DISEÑO DE PLANES DE GESTIÓN DE CARRERA Y PROYECTOS PROFESIONALES	G. PEDAGOGÍA	3º	95	4,00	10
TALLER DE COMPETENCIAS PROFESIONALES PARA LA MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD EN EL PROFESIONAL DE LA EDUCACIÓN	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	4º	248	4,00	5
SEMINARIO SOBRE EL DISEÑO DE PLANES DE GESTIÓN DE CARRERA Y PROYECTOS PROFESIONALES	G. EDUCACIÓN SOCIAL	3º	100	4,00	10
SEMINARIO SOBRE EL DISEÑO DE PLANES DE GESTIÓN DE CARRERA Y PROYECTOS PROFESIONALES	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	3º	318	4,00	10
SEMINARIO Y TALLER: ESTRATEGIAS PARA ORIENTARSE PROFESIONALMENTE	G. EDUCACIÓN INFANTIL	3º	138	4,00	5
JORNADAS EMPRENDIMIENTO EN PEDAGOGÍA	G. PEDAGOGÍA	4º	68	5,00	10
MESA REDONDA SOBRE ORIENTACIÓN DE LOS ITINERARIOS EN PEDAGOGÍA	G. PEDAGOGÍA	2º	97	5,00	2
CHARLA "NUEVAS PROFESIONES, NUEVOS EDUCADORES"	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	1º	95	4,00	2

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34 TOTAL DE ASISTENCIAS	IN35 NIVEL DE SATISFACCIÓN	NÚMERO DE HORAS	ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34 TOTAL DE ASISTENCIAS	IN35 NIVEL DE SATISFACCIÓN	NÚMERO DE HORAS
CHARLA "NUEVAS PROFESIONES, NUEVOS EDUCADORES"	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	2º	83	4,00	2	CHARLA "NUEVAS PROFESIONES, NUEVOS EDUCADORES"	G. PEDAGOGÍA	4º	63	4,00	2
CHARLA "NUEVAS PROFESIONES, NUEVOS EDUCADORES"	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	3º	163	4,00	2	CHARLA "NUEVAS PROFESIONES, NUEVOS EDUCADORES"	G. EDUCACIÓN SOCIAL	2º	48	4,00	2
CHARLA "NUEVAS PROFESIONES, NUEVOS EDUCADORES"	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	4º	172	4,00	2	CHARLA "NUEVAS PROFESIONES, NUEVOS EDUCADORES"	G. EDUCACIÓN SOCIAL	3º	35	4,00	2
CHARLA "NUEVAS PROFESIONES, NUEVOS EDUCADORES"	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	1º	163	4,00	2	CHARLA "NUEVAS PROFESIONES, NUEVOS EDUCADORES"	G. EDUCACIÓN SOCIAL	4º	62	4,00	2
CHARLA "NUEVAS PROFESIONES, NUEVOS EDUCADORES"	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	1º	172	4,00	2	CHARLA "NUEVAS PROFESIONES, NUEVOS EDUCADORES"	G. EDUCACIÓN INFANTIL	1º	64	4,00	2
CHARLA "NUEVAS PROFESIONES, NUEVOS EDUCADORES"	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	2º	96	4,00	2	CHARLA "NUEVAS PROFESIONES, NUEVOS EDUCADORES"	G. EDUCACIÓN INFANTIL	2º	64	4,00	2
CHARLA "NUEVAS PROFESIONES, NUEVOS EDUCADORES"	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	3º	163	4,00	2	CHARLA "NUEVAS PROFESIONES, NUEVOS EDUCADORES"	G. EDUCACIÓN INFANTIL	3º	94	4,00	2
CHARLA "NUEVAS PROFESIONES, NUEVOS EDUCADORES"	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	4º	175	4,00	2	CHARLA "NUEVAS PROFESIONES, NUEVOS EDUCADORES"	G. EDUCACIÓN INFANTIL	3º	98	4,00	2
SEMINARIO SOBRE EL DISEÑO DE PLANES DE GESTIÓN DE CARRERA Y PROYECTOS PROFESIONALES	G. EDUCACIÓN INFANTIL	3º	177	4,00	10	CHARLA "NUEVAS PROFESIONES, NUEVOS EDUCADORES"	G. EDUCACIÓN INFANTIL	4º	84	4,00	2
CHARLA "NUEVAS PROFESIONES, NUEVOS EDUCADORES"	G. PEDAGOGÍA	2º	58	4,00	2	SEMINARIO Y ENCUENTRO: PERFILES PROFESIONALES Y ÁMBITOS DE PROFESIONALIZACIÓN	G. EDUCACIÓN SOCIAL	3º	73	4,00	5
CHARLA "NUEVAS PROFESIONES, NUEVOS EDUCADORES"	G. PEDAGOGÍA	3º	56	4,00	2	SEMINARIO Y ENCUENTRO: PERFILES PROFESIONALES Y ÁMBITOS DE PROFESIONALIZACIÓN	G. EDUCACIÓN SOCIAL	4º	83	4,00	5

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34 TOTAL DE ASISTENCIAS	IN35 NIVEL DE SATISFACCIÓN	NÚMERO DE HORAS	ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34 TOTAL DE ASISTENCIAS	IN35 NIVEL DE SATISFACCIÓN	NÚMERO DE HORAS
SEMINARIO Y ENCUENTRO: PERFILES PROFESIONALES Y ÁMBITOS DE PROFESIONALIZACIÓN	G. PEDAGOGÍA	3º	87	4,00	5	TALLER. HERRAMIENTAS COLABORATIVAS PARA EDUCADORES	G. PEDAGOGÍA	4º	81	4,00	3
SEMINARIO Y ENCUENTRO: PERFILES PROFESIONALES Y ÁMBITOS DE PROFESIONALIZACIÓN	G. PEDAGOGÍA	4º	85	5,00	5	EL PROFESIONAL 2.0 EN EDUCACIÓN	G. EDUCACIÓN INFANTIL	3º	134	4,00	3
SEMINARIO Y ENCUENTRO: PERFILES PROFESIONALES Y ÁMBITOS DE PROFESIONALIZACIÓN	G. EDUCACIÓN INFANTIL	3º	62	4,00	5	EL PROFESIONAL 2.0 EN EDUCACIÓN	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	3º	124	4,00	3
SEMINARIO Y ENCUENTRO: PERFILES PROFESIONALES Y ÁMBITOS DE PROFESIONALIZACIÓN	G. EDUCACIÓN INFANTIL	4º	45	4,00	5	SEMINARIO PREPARATORIO DE LA JORNADA SOBRE BUENAS PRÁCTICAS EN EMPRENDEDURÍA SOCIAL Y EDUCATIVA: ORIENTACIONES PARA EL DISEÑO DE PROYECTOS	G. EDUCACIÓN INFANTIL	Todos	82	5,00	5
SEMINARIO Y ENCUENTRO: PERFILES PROFESIONALES Y ÁMBITOS DE PROFESIONALIZACIÓN	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	4º	92	4,00	5	SEMINARIO PREPARATORIO DE LA JORNADA SOBRE BUENAS PRÁCTICAS EN EMPRENDEDURÍA SOCIAL Y EDUCATIVA: ORIENTACIONES PARA EL DISEÑO DE PROYECTOS	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	Todos	180	5,00	5
SEMINARIO Y ENCUENTRO: PERFILES PROFESIONALES Y ÁMBITOS DE PROFESIONALIZACIÓN	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	3º	91	4,00	5	EL PROFESIONAL 2.0 EN EDUCACIÓN	G. EDUCACIÓN SOCIAL	3º	84	4,00	3
SEMINARIO Y ENCUENTRO: PERFILES PROFESIONALES Y ÁMBITOS DE PROFESIONALIZACIÓN	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	4º	86	4,00	5	EL PROFESIONAL 2.0 EN EDUCACIÓN	G. PEDAGOGÍA	3º	109	4,00	3
TALLER. HERRAMIENTAS COLABORATIVAS PARA EDUCADORES	G. EDUCACIÓN INFANTIL	4º	85	5,00	3	SEMINARIO PREPARATORIO DE LA JORNADA SOBRE BUENAS PRÁCTICAS EN EMPRENDEDURÍA SOCIAL Y EDUCATIVA: ORIENTACIONES PARA EL DISEÑO DE PROYECTOS	G. EDUCACIÓN SOCIAL	Todos	92	5,00	5
TALLER. HERRAMIENTAS COLABORATIVAS PARA EDUCADORES	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	4º	143	5,00	3	SEMINARIO PREPARATORIO DE LA JORNADA SOBRE BUENAS PRÁCTICAS EN EMPRENDEDURÍA SOCIAL Y EDUCATIVA: ORIENTACIONES PARA EL DISEÑO DE PROYECTOS	G. PEDAGOGÍA	Todos	185	5,00	5
TALLER. HERRAMIENTAS COLABORATIVAS PARA EDUCADORES	G. EDUCACIÓN PRIMARIA	4º	123	4,00	3	JORNADA: PREPARA TU FUTURO PROFESIONAL EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN	G. EDUCACIÓN SOCIAL	1º	74	4,00	5
TALLER. HERRAMIENTAS COLABORATIVAS PARA EDUCADORES	G. EDUCACIÓN SOCIAL	4º	75	4,00	3						

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

Total acciones realizadas: Sin datos

Total horas de orientación: Sin datos

Distribución de matriculados por titulación/curso

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS			
GRADOS	1º	2º	3º	4º
G. ENFERMERÍA	159	149	152	182
G. FISIOTERAPIA	77	60	72	90
G. PODOLOGÍA	66	62	68	65
G. TERAPIA OCUPACIONAL	67	63	54	58

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS	
MASTER OFICIAL	1º	2º
M.U. CUIDADOS INTEGRALES EN DE ENFERMERÍA EN PROCESOS NEFROLÓGICOS	21	
M.U. CUIDADOS INTEGRALES EN SITUACIONES DE URGENCIAS	17	

Resumen de acciones

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34 TOTAL DE ASISTENCIAS	IN35 NIVEL DE SATISFACCIÓN	NÚMERO DE HORAS
ACTO BIENVENIDA	G. ENFERMERÍA	1º	2	114	
TALLER UNIVERSIDAD Y EMPLEO	G. ENFERMERÍA	1º	1	114	
JORNADAS ORIENTACIÓN PROFESIONAL	G. ENFERMERÍA	4º	4	72	4,1
PROFESIONALES DE LA ENFERMERÍA	G. ENFERMERÍA	4º	1	72	4,1
ACTO BIENVENIDA	G. FISIOTERAPIA	1º	2	56	
TALLER UNIVERSIDAD Y EMPLEO	G. FISIOTERAPIA	1º	1	56	
JORNADAS ORIENTACIÓN PROFESIONAL	G. FISIOTERAPIA	4º	4	24	4,1
PROFESIONALES DE LA FISIOTERAPIA	G. FISIOTERAPIA	4º	1	24	4,1
ACTO BIENVENIDA	G. PODOLOGÍA	1º	2	48	
TALLER UNIVERSIDAD Y EMPLEO	G. PODOLOGÍA	1º	1	48	
JORNADAS ORIENTACIÓN PROFESIONAL	G. PODOLOGÍA	4º	4	37	
PROFESIONALES DE LA PODOLOGÍA	G. PODOLOGÍA	4º	1	37	4,1
ACTO BIENVENIDA	G. TERAPIA OCUPACIONAL	1º	2	47	4,1
TALLER UNIVERSIDAD Y EMPLEO	G. TERAPIA OCUPACIONAL	1º	1	47	
JORNADAS ORIENTACIÓN PROFESIONAL	G. TERAPIA OCUPACIONAL	4º	4	30	4,1
PROFESIONALES DE LA TERAPIA OCUPACIONAL	G. TERAPIA OCUPACIONAL	4º	1	30	4,1

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Fecha aprobación PAO: 17/3/16

C.V.: SI

Total acciones realizadas: 52

Total horas de orientación: 191,5

Distribución de matriculados por titulación/curso

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS				
GRADOS	1º	2º	3º	4º	5º
G. ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN EMPRESAS	284	288	302	453	
G.ADE + DERECHO	121	88	170	318	81
G. ECONOMÍA	197	213	184	231	
G. ECONOMÍA + G.ADE	75	67	68		
G. FINANZAS Y CONTABILIDAD	197	213	184	231	

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS	
	1º	2º
MASTER OFICIAL		
M.U. ANÁLISIS ECONÓMICO	9	
M.U. CC. ACTUARIALES Y FINANCIERAS	16	22
M.U. COOPERACIÓN INTERNACIONAL Y POLÍTICAS DE DESARROLLO	29	
M.U. DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN EMPRESAS-MBA	39	
M.U. FINANZAS, BANCA Y SEGUROS	36	
M.U. SOCIOLOGÍA APLICADA	27	

Resumen de acciones

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSO	IN34 TOTAL ASIST.	IN35 NIVEL SATISF.	Nº HORA S
ACTO DE BIENVENIDA: LA PROFESIÓN DE ECONOMISTA	G.DER.+ADE/G. ADE/G. ADE/G. ECON./G. FICO	1º	500	4,16	4
OFERTA DE PRÁCTICAS DE EMPRESAS COLABORADORAS CON LA CÁTEDRA DE VIABILIDAD EMPRESARIAL DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA	G. ADE/G. FICO	4º	15	0,00	1,5
RECURSOS EN LA RED. SCOOP.IT "PREPARÁNDOTE PARA UN FUTURO INCIERTO"	MBA	1º			
IV CONCURSO STRATEGOS. BUSINESS CASE COMPETITION	G. ADE/G. ECON./G. FICO	4º	28	4,29	15
CONFERENCIA INAUGURAL MÁSTER	M. SOCIOLOGÍA APLICADA	1º	19	4,00	2
CLAVES PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA	G.DER.+ADE/G. ECON. Y ADE/G. ADE/G. ECON./G. FICO	1º/2º/3º/4º	70	4,41	3
CAFÉ TERTULIA CON PROFESIONALES POLÍTICOS Y DE LA EMPRESA	M. AN. ECON.	1º	8	4,33	1,25
DIÁLOGO SOBRE EL CONFLICTO INTERNACIONAL NAGORNO KARABAJ	M. COOP. INT.	1º	1		1,5
VISITA DE EMPRESARIOS A CLASE DEL MBA	MBA	1º	40	4,92	2
SEMINARIO SOBRE INMIGRACIÓN EN ESPAÑA	M. SOCIOLOGÍA APLICADA	1º	18	3,88	2
SEMINARIO TALLER GREAT PLACE TO WORK	MBA	1º	40	3,90	3,75

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSO	IN34 TOTAL ASIST.	IN35 NIVEL SATISF.	Nº HORA S
TALLER DIRECCIÓN DE PERSONAS	MBA	1º	40	3,38	3,75
PROCESOS DE PAZ SOCIAL Y DESARROLLO	M. COOP. INT.	1º	1		3
II TALLER DE ORATORIA Y PERSUASIÓN	G.DER.+ADE/G. ECON. Y ADE/G. ADE/G. ECON./G. FICO/MBA	1º/2º/3º/4º	82	4,63	3
TALLER DE COACHING EJECUTIVO	MBA	1º	40	3,02	7,5
PRESENTACIÓN DELOITTE ADVISORY	M. CC. ACT. FIN.	2º	21	4,30	1
TALLER MARCA PERSONAL	MBA	1º	40	4,42	7,5
EL NEGOCIO DE REASEGURO: UN ENFOQUE PRÁCTICO	M. CC. ACT. FIN.	2º	19	4,88	2,5
VISITA A CENTRO LOGÍSTICO MERCADONA (ANTEQUERA)	MBA	1º	36	4,28	2
TU FUTURO EN COOPERATIVA	G.DER.+ADE/G. ECON. Y ADE/G. ADE/G. ECON./G. FICO	1º/2º/3º/4º	200	3,64	4
VII RETO GESTALENTUM 20X10	G.DER.+ADE/G. ECON. Y ADE/G. ADE/G. ECON./G. FICO	1º/2º/3º/4º	60	4,39	15
PRESENTACIÓN ESPAÑA S.A., CÍA DE SEGUROS	M. CC. ACT. FIN.	2º	18	4,18	1
VISITA A COFARÁN (POLÍGONO TRÉVEZ, MÁLAGA)	MBA	1º	35	4,01	2,5
PONENCIA SOBRE BUSINESS AND BIG DATA ANALYTICS DE LA EMPRESA PRICEWATERHOUSECOOPER (PWC) EN MÁLAGA	M. AN. ECON.	1º	20	4,25	2,5
VISITA A MAHOU-SAN MIGUEL (CTRA. DEL AERoclub, MÁLAGA)	MBA	1º	34	4,40	2
PERSPECTIVAS DEL SECTOR ASEGURADOR Y DE PENSIONES	M. CC. ACT. FIN./M. FINANZAS, BANCA Y SEGUROS	1º/2º	30	4,38	3
VISITA A IKEA (AVDA. DE VELÁZQUEZ, MÁLAGA)	MBA	1º	36	3,75	2

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSO	IN34 TOTAL ASIST.	IN35 NIVEL SATISF.	Nº HORA S
CURSO DISCRETE CHOICE MODELING	M. AN. ECON.	1º	15	4,25	8
SOLVENCIA II EN ENTIDADES ASEGURADORAS DE VIDA	M. CC. ACT. FIN.	2º	18	4,97	3
SOLVENCIA II EN ENTIDADES ASEGURADORAS NO VIDA	M. CC. ACT. FIN.	2º	19	4,99	3
JORNADA SOBRE VOLUNTARIADO PARA EL DESARROLLO	M. COOP. INT.	1º	1	0,00	4
SEMINARIO SOBRE TÉCNICAS DE MEDIACIÓN EN CONFLICTOS	M. SOCIOLOGÍA APLICADA	1º	18	4,02	2
VALORACIÓN DE ENTIDADES ASEGURADORAS DE VIDA. EMBEDDED VALUE	M. CC. ACT. FIN.	2º	21	4,88	3
GESTIÓN CUANTITATIVA DE RIESGOS CON MATLAB	M. CC. ACT. FIN.	2º	21	4,86	3
TU VALOR 10 (PRIMERA PARTE)	G. ADE/G. ECON./G. FICO	4º	161	4,01	4
DETERMINACIÓN DE LA PROVISIÓN DE SINIESTROS PENDIENTES POR MEDIO DE LA HERRAMIENTA IBNRS	M. CC. ACT. FIN.	2º	16	5,00	3
TALLER DE DISEÑO DE CUESTIONARIOS	M. SOCIOLOGÍA APLICADA	1º	20	4,04	2
VISITA AL CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS	M. SOCIOLOGÍA APLICADA	1º	16	4,67	4
VISITA A METROSCOPIA	M. SOCIOLOGÍA APLICADA	1º	16	4,69	4
PRESENTACIÓN BECAS INTERNACIONALIZACIÓN ICEX	G. ADE/G. ECON./G. FICO	4º	15	4,80	1,5
TU VALOR 10 (SEGUNDA PARTE)	G. ADE/G. ECON./G. FICO	4º	146	4,01	4
II FERIA DE EMPLEO UMA	M. SOCIOLOGÍA APLICADA	1º	9	2,92	5
TALLER SOBRE PRÁCTICAS PROFESIONALES	M. SOCIOLOGÍA APLICADA	1º	10	3,89	3
I TORNEO DE DEBATE "LA ECON. A DEBATE"	G.DER.+ADE/G. ECON. Y ADE/G. ADE/G. ECON./G. FICO	1º/2º/3º/4º	40	4,66	15
CONFERENCIA SOBRE TENDENCIAS DEMOGRÁFICAS RECIENTES	M. SOCIOLOGÍA APLICADA	1º	18	4,59	3

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSO	IN34 TOTAL ASIST.	IN35 NIVEL SATISF.	Nº HORA S
PRESENTACIÓN 2ª EDICIÓN IKEA MÁLAGA TALENTO	G.DER.+ADE/G. ADE/G. ECON./G. FICO	3º/5º	120	4,26	0,5
TALLER INFORMATIVO ALUMNADO DE PENÚLTIMO CURSO SOBRE LAS PRÁCTICAS CURRICULARES	G.DER.+ADE/G. ADE/G. ECON./G. FICO	3º/5º	150	4,35	2
SEMINARIO SOBRE EMPRENDIMIENTO	M. SOCIOLOGÍA APLICADA	1º	8	3,16	3
EVOLUCIÓN DE LA PROFESIÓN DE AUDITORÍA Y ORGANIZACIÓN INTERNA DE UNA FIRMA DE AUDITORÍA	G. ADE/G. ECON./G. FICO	4º	120	4,30	1,5
GESTIÓN DEL RIESGO DE LIQUIDEZ. APLICACIONES CON EXCEL Y VBA	M. FINANZAS, BANCA Y SEGUROS	1º	16	3,92	3
TALLER TÉCNICAS MULTIVARIABLES	M. SOCIOLOGÍA APLICADA	1º	20	4,58	6
GESTIÓN DEL RIESGO TÉCNICO EN ENTIDADES ASEGURADORAS DEL RAMO DE VIDA. APLICACIONES EN EXCEL Y VISUAL BASIC	M. FINANZAS, BANCA Y SEGUROS	1º	12	4,77	3

FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN

Total acciones realizadas: 25

Total horas de orientación: 93

Distribución de matriculados por titulación/curso

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS			
	1º	2º	3º	4º
G. MARKT. E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	282	275	267	503
G. GEST. ADMÓN. PÚBL.	76	55	51	79

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS	
	1º	2º
MASTER OFICIAL		
M.U. DIR. Y GEST. DE MARKETING DIGITAL	75	

Resumen de acciones

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34 TOTAL DE ASISTENCIAS	IN35 NIVEL DE SATISFACCIÓN	NÚMERO DE HORAS
TALLER GRABACIÓN Y EDICIÓN DE ANUNCIOS PARA RADIO	G. MARKT. E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	4º	60		2
SEMINARIO INVESTIGACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES	G. MARKT. E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS MASTER EN DIR. Y GEST. DE MARKT. DIGITAL	Todos	180	4,00	10
WORKSHOP EMPRESAS ALUMNOS	G. GEST. ADMÓN. PÚBL./G. MARKT. E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS MASTER EN DIR. Y GEST. DE MARKT. DIGITAL	Todos	70	4,00	2
TALLER DE ORATORIA Y MOTIVACIÓN	G. GEST. ADMÓN. PÚBL./G. MARKT. E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS MASTER EN DIR. Y GEST. DE MARKT. DIGITAL	Todos	24	4,00	2
CONFERENCIA "LA ESTRATEGIA DE MARKT. ONLINE DE TURISMO COSTA DEL SOL"	MASTER EN DIR. Y GEST. DE MARKT. DIGITAL	1º	36		2
ALLER PRÁCTICO DE "TÉCNICAS CREATIVAS PARA LA GENERACIÓN DE IDEAS EN UNA CAMPAÑA DIGITAL"	MASTER EN DIR. Y GEST. DE MARKT. DIGITAL	1º	36		2
SEMINARIO "COMUNICACIÓN TRANSMEDIA Y CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE MARCA"	MASTER EN DIR. Y GEST. DE MARKT. DIGITAL	1º	36		2
SEMINARIO "APLICACIONES CREATIVAS PARA APPS"		1º	36		2
EL POYECTO PROFESIONAL Y HERRAMIENTAS DE BÚSQUEDA DE EMPLEO	G. MARKT. E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	3º	129	4,06	2
CONFERENCIA SOBRE "ORATORIA EL ARTE DE DECIRLO BIEN. HERRAMIENTAS PARA UNA COMUNICACIÓN EFICAZ"	MASTER EN DIR. Y GEST. DE MARKT. DIGITAL	1º	34		2
TALLER PRÁCTICO DE "REMARKT.: DEL CLIC AL TOP OF MIND DE NUESTRO TARGET"	MASTER EN DIR. Y GEST. DE MARKT. DIGITAL	1º	38		2
CICLO DE CONFERENCIAS SOBRE E-COMMERCE	G. MARKT. E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS MASTER EN DIR. Y GEST. DE MARKT. DIGITAL	1º/3º	135		8
SEMINARIO SOBRE "LA ATENCIÓN AL CLIENTE ON-LINE COMO HERRAMIENTA CLAVE DE LA FIDELIZACIÓN"	MASTER EN DIR. Y GEST. DE MARKT. DIGITAL	1º	35		4
SEMINARIO SOBRE "GEST. DE CLIENTES A TRAVÉS DEL CRM"	MASTER EN DIR. Y GEST. DE MARKT. DIGITAL	1º	36		3
CICLO DE CONFERENCIAS "ECONOMÍA Y GEST. DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS"	G. GEST. ADMÓN. PÚBL.	3º/4º	65		14
CONFERENCIA SOBRE "EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN EN MOBILE MARKT."	MASTER EN DIR. Y GEST. DE MARKT. DIGITAL	1º	34		2
TALLER "¿SABES VENDER TU TRABAJO? LA CLAVE ESTÁ EN EL INFORME FINAL"	MASTER EN DIR. Y GEST. DE MARKT. DIGITAL	1º/2º	40		2
TALLER DE "FUENTES DE INFORMACIÓN BIBLIOGRÁFICAS"	MASTER EN DIR. Y GEST. DE MARKT. DIGITAL	1º	34		4
CONFERENCIA SOBRE "INBOUND MARKT."	MASTER EN DIR. Y GEST. DE MARKT. DIGITAL	1º	15		2
SEMINARIO "DIFERENCIATE"	G. GEST. ADMÓN. PÚBL./G. MARKT. E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	3º/4º	18		3
TALLER DE "INVESTIGACIÓN CUALITATIVA"	MASTER EN DIR. Y GEST. DE MARKT. DIGITAL	1º	34		4
SEMINARIO SOBRE "ANÁLISIS Y VALIDACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIO"	G. GEST. ADMÓN. PÚBL./G. MARKT. E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	3º/4º	15		3
JORNADAS VALOR 10 DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL PARA LAS TITULACIONES DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y GEST.	G. GEST. ADMÓN. PÚBL./G. MARKT. E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS MASTER EN DIR. Y GEST. DE MARKT. DIGITAL	3º/4º	140	4,13	10
CONFERENCIA DE OLIVER OULLIE TITULADA "CONVIÉRTETE EN REFERENCIALIDAD: CONOCE LAS CLAVES PARA AUMENTAR TU NIVEL DE REFERENCIALIDAD"	G. GEST. ADMÓN. PÚBL./G. MARKT. E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS MASTER EN DIR. Y GEST. DE MARKT. DIGITAL	Todos	30		2
CONFERENCIA SOBRE "LA IMPORTANCIA DE LA CREATIVIDAD EN UN MUNDO DIGITAL"	MASTER EN DIR. Y GEST. DE MARKT. DIGITAL	1º	26		2

FACULTAD DE DERECHO

Total acciones realizadas: 20
Total horas de orientación: 103

Distribución de matriculados por titulación/curso

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS			
	1º	2º	3º	4º
GRADOS				
G. CRIMINOLOGÍA	114	106	103	185
G. DERECHO	332	308	278	617

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS	
	1º	2º
MASTER OFICIAL		
MASTER EN ABOGACÍA	162	124
MASTER EN ASESORÍA JURÍDICA DE EMPRESAS	37	
MASTER EN CRIMINALIDAD E INTERVENCIÓN SOCIAL EN MENORES	8	37
MASTER EN DERECHO PENAL Y POLÍTICA CRIMINAL	19	
MASTER EN MEDIACIÓN	30	39
MASTER EN REGULACIÓN ECONÓMICA Y TERRITORIAL	16	

Resumen de acciones

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34	IN35	NÚMERO DE HORAS
			TOTAL DE	NIVEL DE	
JORNADAS POLICÍA NACIONAL Y GUARDIA CIVIL	G. CRIMINOLOGÍA G. DERECHO	Todos	33	4,00	10
ACTO DE BIENVENIDA	G. CRIMINOLOGÍA G. DERECHO	1º	150	0,00	1
PRESENTACIÓN DEL CAMPUS VIRTUAL	G. CRIMINOLOGÍA G. DERECHO	1º	83	0,00	1
PRESENTACIÓN DE LA BIBLIOTECA	G. CRIMINOLOGÍA G. DERECHO	1º	52	0,00	1
PRESENTACIÓN DE SECRETARÍA	G. CRIMINOLOGÍA G. DERECHO	1º	21	0,00	1
TALLER DE ORATORIA	DOBLE G. DERECHO Y ADE	1º/2º/3º/4º	80	0,00	25
LA ESCUELA: FÁBRICA DE MEDIADORES	MÁSTER EN MEDIACIÓN	Todos	35	0,00	3
JORNADA DE ORIENTACIÓN SOBRE LAS PRÁCTICAS EN EMPRESAS	G. CRIMINOLOGÍA	4º	100	0,00	1,5
JORNADA DE ORIENTACIÓN: PRÁCTICAS	G. DERECHO	4º	204	0,00	1,5
LA PRAXIS EN LA MEDIACIÓN: ACTUACIÓN Y RESOLUCIÓN	MÁSTER EN MEDIACIÓN	Todos	35	0,00	3
TALLER EN REDACCIÓN ACADÉMICA Y JURÍDICA	G. CRIMINOLOGÍA G. DERECHO	Todos	120	0,00	20
LOS CRIMINOLOGOS EN EL ÁMBITO JUDICIAL	G. CRIMINOLOGÍA	3º	22	4,17	1
PRESENTACIÓN DEL DESPACHO GARRIGUES	G. DERECHO	1º/2º/3º/4º	11	4,00	2
SIMULACIÓN JUDICIAL	G. DERECHO	1º/2º/3º/4º	31	4,04	10
UNA VISIÓN DEL MUNDO PROFESIONAL: MIRANDO AL FUTURO DEL DERECHO	G. DERECHO	3º/4º	70	4,00	3
PRESENTACIÓN DEL DESPACHO CREMADES & CALVO-SOTELO	G. DERECHO	Todos	70	4,34	1
UNA VISIÓN DEL MUNDO PROFESIONAL: MIRANDO AL FUTURO DE LA CRIMINOLOGÍA	G. CRIMINOLOGÍA	3º/4º	40	4,00	1
PRIMEROS CONTACTOS CON EL MUNDO PROFESIONAL	G. CRIMINOLOGÍA G. DERECHO	3º/4º	42	4,66	3
FERIA JURÍDICA	G. DERECHO	Todos	300	0,00	10
SESIÓN INFORMATIVA INICIAL: LA LLAVE DE LA MEDIACIÓN	MÁSTER EN MEDIACIÓN	Todos	35	0,00	4

FACULTAD DE ESTUDIOS SOCIALES Y DEL TRABAJO

Total acciones realizadas: 31

Total horas de orientación: 163

Distribución de matriculados por titulación/curso

TITULACIONES	DE MATRICULADOS			
GRADOS	1º	2º	3º	4º
G. RR.LL. Y RR.HH.	225	222	228	403
G. TRABAJO SOCIAL	133	123	111	192
G. ESTUDIOS DE ASIA ORIENTAL	52	48	48	61

Resumen de acciones

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34 TOTAL ASIST.	IN35 NIVEL SATISF.	Nº HORAS
¿QUÉ ESTÁ PASANDO EN ASIA ORIENTAL?. NUEVAS OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR TURÍSTICO Y MALAGUEÑO	G. ESTUDIOS DE ASIA ORIENTAL	Todos	0		12
TALLER SOBRE FUNCIONALIDAD DE LAS MUTUAS COLABORADORES CON LA SEGURIDAD SOCIAL	G. RR.LL. Y RR.HH.	2º	87	4,75	4
CONSTRUYENDO TU FUTURO: RELACIONES INTERNACIONALES, UNIÓN EUROPEA Y DIPLOMACIA	G. ESTUDIOS DE ASIA ORIENTAL	Todos	29	4,50	10
VISITA A MUTUA COLABORADORA DE LA SEGURIDAD SOCIAL	G. RR.LL. Y RR.HH.	2º	60	4,50	4
TALLER SOBRE CREACIÓN DE EMPRESAS	G. RR.LL. Y RR.HH.	1º	89	4,51	4
TALLER DE INNOVACIÓN SOCIAL	G. TRABAJO SOCIAL	4º	96	4,13	4
TALLER PRÁCTICO SOBRE LA APLICACIÓN INFORMÁTICA A-3 NÓMINAS	G. RR.LL. Y RR.HH.	2º	83		2
INTERNATIONAL OPEN SEMINAR ON ENTERPRISE	G. RR.LL. Y RR.HH.	1º	35		4
VISITAS PROFESIONALES A CENTROS ASISTENCIALES DE MÁLAGA	G. TRABAJO SOCIAL	3º	80	4,46	40

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34 TOTAL ASIST.	IN35 NIVEL SATISF.	Nº HORAS
PERSONAL BRANDING: HOW TO PROMOTE YOURSELF	G. RR.LL. Y RR.HH.	1º	35		2
LINKING ENTREPRENEURSHIP AND QUALITY MANAGEMENT IN SMES	G. RR.LL. Y RR.HH.		30		2
ENTREPRENEURSHIP EDUCATION AND RESEARCH: A EUROPEAN APPROACH	G. RR.LL. Y RR.HH.	1º/2º/3º/4º	35		4
CONFLICT RESOLUTION	G. RR.LL. Y RR.HH.	1º	29	3,33	2
LA AUDITORÍA SOCIOLABORAL COMO FUTURO PROFESIONAL	G. RR.LL. Y RR.HH.	4º	160	3,95	3
VISITA A MERCAMÁLAGA	G. RR.LL. Y RR.HH.	2º	140	3,40	4
GESTIÓN DEL TALENTO Y MARCA PERSONAL	G. ESTUDIOS DE ASIA ORIENTAL/G. RR.LL. Y RR.HH./G. TRABAJO SOCIAL	4º	0		2
CÓMO AFRONTAR UNA ENTREVISTA DE TRABAJO	G. ESTUDIOS DE ASIA ORIENTAL/G. RR.LL. Y RR.HH./G. TRABAJO SOCIAL	4º	18	4,32	2
EMPRENDER COMO OPCIÓN PROFESIONAL	G. ESTUDIOS DE ASIA ORIENTAL/G. RR.LL. Y RR.HH./G. TRABAJO SOCIAL	4º	0		2
SER TRADUCTOR HOY. EL MASTER OFICIAL EN TRADUCCIÓN PARA EL MUNDO EDITORIAL DE LA UMA	G. ESTUDIOS DE ASIA ORIENTAL	4º	27	3,90	2
VISITA A FUJITSU-TEN	G. RR.LL. Y RR.HH.	2º/3º	22	4,95	3
MIRANDO AL FUTURO DEL G. RRLL Y RRHH: LA PROFESIÓN DE GRADUADO SOCIAL. SIMULACIÓN DE JUICIO	G. RR.LL. Y RR.HH.	4º	48	4,46	3
MIRANDO AL FUTURO DEL TRABAJO SOCIAL: EL TRABAJO SOCIAL CUESTIONADO	G. TRABAJO SOCIAL	4º	69		3

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34 TOTAL ASIST.	IN35 NIVEL SATISF.	Nº HORAS
SER AUTÓNOMO HOY	G. ESTUDIOS DE ASIA ORIENTAL/G. RR.LL. Y RR.HH./G. TRABAJO SOCIAL	4º	8	3,95	2
MI PERFIL EN LINKEDIN	G. ESTUDIOS DE ASIA ORIENTAL/G. RR.LL. Y RR.HH./G. TRABAJO SOCIAL	4º	16	4,60	2
VISITA A TEMPLOS BUDISTAS: ESTUPA DE LA ILUMINACIÓN (BENALMÁDENA) Y CENTRO BUDISTA KARMA GUEN (VÉLEZ-MÁLAGA)	G. ESTUDIOS DE ASIA ORIENTAL	1º	47	4,55	4
¿QUÉ HACER DESPUÉS DEL GRADO?: ITINERARIOS ACADÉMICOS Y POSIBLES SALIDAS PROFESIONALES	G. ESTUDIOS DE ASIA ORIENTAL/G. RR.LL. Y RR.HH./G. TRABAJO SOCIAL	4º	15		2
VISITAS PROFESIONALES A CENTROS DEL SISTEMA PÚBLICO DE SERVICIOS SOCIALES	G. TRABAJO SOCIAL	2º	74	4,70	25
MANAGEMENT IN THE UK	G. RR.LL. Y RR.HH.	1º	35		2
LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTAS PARA BUSCAR EMPLEO	G. ESTUDIOS DE ASIA ORIENTAL/G. RR.LL. Y RR.HH./G. TRABAJO SOCIAL	4º	0		2
MEJORA TU FUTURO PROFESIONAL A TRAVÉS DE LA MARCA PERSONAL	G. RR.LL. Y RR.HH.	1º/2º/3º/4º	20		3
SALIDAS PROFESIONALES PARA LOS GRADUAD@S EN ESTUDIOS DE ASIA ORIENTAL	G. ESTUDIOS DE ASIA ORIENTAL	4º	19		3

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

Total acciones realizadas: 18

Total horas de orientación: 42

Distribución de matriculados por titulación/curso

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS			
GRADOS	1º	2º	3º	4º
G. EN ESTUDIOS INGLESES	195	159	140	249
G. EN FILOLOGÍA CLÁSICA	24	30	20	21
G. EN FILOLOGÍA HISPÁNICA	65	59	58	108
G. EN FILOSOFÍA	64	44	42	57
G. EN GEOGRAFÍA Y GEST. DEL TERRITORIO	63	37	39	60
G. EN HISTORIA DEL ARTE	105	78	72	119
G. EN HISTORIA	177	151	157	212
G. EN TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN	160	140	120	215

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS	
MASTER OFICIAL	1º	2º
M. EN DES. SOCIALES DE LA CULTURA ARTÍSTICA	33	
M. EN ESTUDIOS INGLESES Y COMUNICACIÓN MULTILINGÜE E INTERCULTURAL	47	
M. EN ESTUDIOS SUPERIORES DE LENGUA ESPAÑOLA	13	
M. EN FILOSOFÍA, CIENCIA Y CIUDADANÍA	14	
M. EN GEST. DEL PATRIMONIO LITERARIO Y LINGÜÍSTICO ESPAÑOL	28	
M. EN PATRIMONIO HISTÓRICO Y LITERARIO DE LA ANTIGÜEDAD	15	
MA EN TRADUCCIÓN PARA EL MUNDO EDITORIAL	31	

Resumen de acciones

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34 TOTAL DE ASISTENCIAS	IN35 NIVEL DE SATISFACCIÓN	NÚMERO DE HORAS
PROYECTO PROFESIONAL Y HERRAMIENTAS DE BÚSQUEDA DE EMPLEO	G. FILOSOFÍA Y G. GEOGRAFÍA Y GEST. DEL TERRITORIO Y G. HISTORIA	4º	58	3,76	
EMPRENDER EN LETRAS	G. FILOSOFÍA Y G. GEOGRAFÍA Y GEST. DEL TERRITORIO Y G. HISTORIA	4º	58	4,30	2
JORNADAS DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL I: SALIDAS LABORALES EN EL ÁMBITO DE ELE	G. FILOLOGÍA HISPÁNICA	4º	33	4,32	
TALLER DE EMPLEABILIDAD	G. FILOSOFÍA	1º	17	4,07	
JORNADAS DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL I: INTRODUCCIÓN A LA LABOR EDITORIAL	G. FILOLOGÍA HISPÁNICA	4º	0	3,22	
TALLER DE EMPLEABILIDAD	G. FILOSOFÍA	4º	16	4,87	
EMPRENDER EN CULTURA: COMPETENCIAS DESDE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS, SUBVENCIONES Y AYUDAS	MÁSTER EN DES. SOCIALES DE LA CULTURA ARTÍSTICA	1º	22	4,58	
DISEÑAR UNA EMPRESA PARA INFRAESTRUCTURAS CULTURALES: LA PROPUESTA DE CULTURACY S.L.	MÁSTER EN DES. SOCIALES DE LA CULTURA ARTÍSTICA	1º	20	4,48	
EL DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN DE UN MUSEO: DISEÑO Y ORGANIZACIÓN. UNA EXPERIENCIA PRÁCTICA EN EL MUSEO PICASSO MÁLAGA	G. HISTORIA DEL ARTE	4º	21	4,00	
CONFERENCIA-COLOQUIO: LA ENSEÑANZA DE LINGÜÍSTICAS HISPÁNICAS EN LA UNIVERSIDAD ESTADOUNIDENSE HOY	G. FILOLOGÍA HISPÁNICA	3º	26	3,75	
LA ENSEÑANZA DE LA LINGÜÍSTICA ESPAÑOLA EN EEUU	G. FILOLOGÍA HISPÁNICA		12	4,90	1
II JORNADAS EMPLEABILIDAD PARA TRADUCTORES	G. TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN		101	2,56	
EMPRENDER EN TRADUCCIÓN	G. TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN		58	3,56	
EEUU. UN MUNDO ABIERTO PARA FILOLOGOS	G. FILOLOGÍA HISPÁNICA, M.U. GESTIÓN PATRIMONIO LINGÜÍSTICO		45	4,44	1
SALIDAS PROFESIONALES I	G. ESTUDIOS INGLESES	4º	39	4,22	1
SALIDAS PROFESIONALES II	G. ESTUDIOS INGLESES	4º	22	4,40	1
EMPRENDER EN CULTURA	G. HISTORIA DEL ARTE		7	5,00	
DISEÑAR UNA EMPRESA PARA INFRAESTRUCTURAS CULTURALES: LA PROPUESTA DE CULTURACY S.L.	G. HISTORIA DEL ARTE		6	5,00	

FACULTAD DE MEDICINA

Total acciones realizadas: 13
Total horas de orientación: 156

Distribución de matriculados por titulación/curso

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS					
GRADOS	1º	2º	3º	4º	5º	6º
MEDICINA	168	170	185	177	187	163

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS	
MASTER OFICIAL	1º	2º
M.U. ECONOMÍA DE LA SALUD, GESTIÓN SANITARIA Y USO RACIONAL DEL MEDICAMENTO	22	-
M.U. INVESTIGACIÓN ACTIVIDAD FÍSICA Y DEL DEPORTE	33	-

Resumen de acciones

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34 TOTAL DE ASISTENCIAS	IN35 NIVEL DE SATISFACCIÓN	NÚMERO DE HORAS
JORNADA DE INTRODUCCIÓN	GRADO EN MEDICINA	1º	170	4,54	2
LA PSIQUIATRÍA HOY	GRADO EN MEDICINA	Todos	328	4,27	1
COMPUTACIÓN COGNITIVA Y EL BIG DATA	GRADO EN MEDICINA	Todos	309	4,69	2
GENÉTICA Y MEDICINA DE PRECISIÓN	GRADO EN MEDICINA	Todos	248	4,84	45
NUEVAS FRONTERAS EN LA CIRUGÍA: ¿QUÉ HAREMOS LOS CIRUJANOS EN 2030?	GRADO EN MEDICINA	Todos	112	4,58	45
BIOINFORMÁTICA, SALUD E INTELIGENCIA ARTIFICIAL	GRADO EN MEDICINA	Todos	302	4,49	1
ROBÓTICA Y MEDICINA	GRADO EN MEDICINA	Todos	181	4,15	45
ESPECIALIDADES MÉDICAS EN EL ÁMBITO NACIONAL. EL COLEGIO MÉDICO COMO VERTEBRADOR DE LA PROFESIÓN	GRADO EN MEDICINA	5º	135	4,03	1
SANIDAD PÚBLICA VS SANIDAD PRIVADA	M.U. ECON. SALUD, GEST. SANIT. Y USO RACIONAL DEL MEDIC.	Todos	80	4,00	4
ATENCIÓN PRIMARIA: PORQUE LA SALUD SIEMPRE ES LO PRIMERO	GRADO EN MEDICINA	Todos	288	4,37	2
ESPECIALIDADES MÉDICAS VÁMIR: MEDICINA INTERNA, CARDIOLOGÍA, PEDIATRÍA HOSPITALARIA, INMUNOLOGÍA Y LABORATORIO	GRADO EN MEDICINA	4º	294	4,61	2
ESPECIALIDADES MÉDICO-QUIRÚRGICAS	GRADO EN MEDICINA	5º	105	4,29	2
POLÍTICA FARMACÉUTICA Y GESTIÓN SANITARIA	M.U. ECON. SALUD, GEST. SANIT. Y USO RACIONAL DEL MEDIC.	Todos	21	4,00	4

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

Total acciones realizadas: 6
Total horas de orientación: 19,5

Distribución de matriculados por titulación/curso

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS			
	1º	2º	3º	4º
GRADO EN LOGOPEDIA	81	71	67	100
GRADO EN PSICOLOGÍA	275	253	252	359

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS	
	1º	2º
MASTER OFICIAL		
MASTER EN INVESTIGACIÓN E INTERVENCIÓN SOCIAL Y COMUNITARIA	43	
MASTER EN PSICOLOGÍA GENERAL SANITARIA	38	38

Resumen de acciones

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34	IN35	NÚMERO DE HORAS
			TOTAL DE ASISTENCIAS	NIVEL DE SATISFACCIÓN	
MIRANDO AL FUTURO DE LA LOGOPEDIA	GRADO EN LOGOPEDIA	4º	0	3,75	3
MIRANDO AL FUTURO DE LA PSICOLOGÍA	GRADO EN PSICOLOGÍA	4º	230	3,60	
PRIMEROS CONTACTOS CON EL MUNDO PROFESIONAL	G. LOGOPEDIA/G. PSICOLOGÍA	4º	4	3,75	
SALIDAS PROFESIONALES: TFG	GRADO EN PSICOLOGÍA	3º	200	0,00	
SALIDAS PROFESIONALES: TFG	GRADO EN LOGOPEDIA	3º	0	0,00	
EMPRENDER EN LOGOPEDIA	GRADO EN LOGOPEDIA	4º	78	4,00	

FACULTAD DE TURISMO

Total acciones realizadas: 30
Total horas de orientación: 108,5

Distribución de matriculados por titulación/curso

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS			
	1º	2º	3º	4º
G. EN TURISMO	458	368	317	315

TITULACIONES	NÚMERO DE MATRICULADOS	
M.U. TURISMO ELECTRÓNICO	37	
M.U. DIR. Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO	33	

Resumen de acciones

ACTIVIDAD	TITULACIONES	CURSOS	IN34 TOTAL DE ASISTENCIAS	IN35 NIVEL DE SATISFACCIÓN	NÚMERO DE HORAS
PRESENTACIÓN DEL PROYECTO ILUSIÓN EN EL CURSO CERO	GRADO EN TURISMO	1º	67	0,00	
ACTO DE BIENVENIDA Y PRESENTACIÓN DE LAS SALIDAS PROFESIONALES DEL GRADO EN TURISMO DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA	GRADO EN TURISMO	1º	107	0,00	
COMIENZA LA AVENTURA	GRADO EN TURISMO	1º	47	4,66	
JORNADAS DE ORIENTACIÓN SOBRE LAS PRÁCTICAS EN EMPRESAS Y/O INSTITUCIONES TURÍSTICAS DURANTE LA CARRERA	GRADO EN TURISMO	Todos	82	4,60	
TALLER: EVALÚA TU CANAL DE APRENDIZAJE	GRADO EN TURISMO	Todos	35	4,59	
CONFERENCIAS Y VISITA TÉCNICA: "JORNADA MUNDIAL DEL ESPACIO EN EL RAYO VERDE"	GRADO EN TURISMO	4º	45	4,06	
ACTIVA TU CIUDAD	GRADO EN TURISMO	Todos	116	4,27	
CHINESE FRIENDLY	GRADO EN TURISMO	Todos	30	3,93	
XIV FERIA DEL TURISMO INTERIOR DE ANDALUCÍA	GRADO EN TURISMO	1º	119	4,04	
CONFERENCIAS TÉCNICAS SOBRE EL PERFIL DEL TRABAJADOR EN LA CADENA HOTELERA ACCOR	GRADO EN TURISMO	4º	55	4,46	
VISITA TÉCNICA AL PARADOR DE GIBRALTAR	GRADO EN TURISMO	4º	40	4,75	
VISITA TÉCNICA A TURISMO Y PLANIFICACIÓN DE LA COSTA DEL SOL. OFICINA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA Y EL BARRIO DEL SOHO	GRADO EN TURISMO	4º	21	3,90	
XII CONGRESO NACIONAL DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE JEFES DE RECEPCIÓN Y SUBDIRECTORES DE HOTEL	GRADO EN TURISMO	Todos	62	3,69	
TALLER: DISEÑA TU PROYECTO PROFESIONAL	GRADO EN TURISMO	Todos	67	4,50	
ELABORACIÓN DEL CURRÍCULUM VITAE	GRADO EN TURISMO	Todos	55	4,41	
VISITA TÉCNICA A LOS BAÑOS ÁRABES EL HAMMAN	GRADO EN TURISMO	Todos	7	5,00	
COMPARTIENDO EXPERIENCIAS	GRADO EN TURISMO	Todos	38	4,00	
CONFERENCIA TÉCNICA SOBRE LOS INDICADORES ECONÓMICOS DEL TURISMO EN ANDALUCÍA Y SU REFLEJO EN EL EMPLEO	GRADO EN TURISMO	Todos	139	3,00	
VISITA TÉCNICA AL CAMINITO DEL REY	GRADO EN TURISMO	Todos	50	4,31	11
MEZQUITA DE CÓRDOBA Y MEDINA AL-ZAHRA	GRADO EN TURISMO	Todos	50	4,48	11
VISITA TÉCNICA A LA SIERRA DE LAS NIEVES	GRADO EN TURISMO	Todos	50	4,31	11
TALLER DE GASTRONOMÍA Y TURISMO	GRADO EN TURISMO	Todos	79	4,29	
TALLER DE REALIDAD VIRTUAL	GRADO EN TURISMO	Todos	51	4,21	
TALLER DE ANÁLISIS SOBRE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE ANDALUCÍA	GRADO EN TURISMO	Todos	24	3,80	
TALLER DE PNL: NO PODEMOS NO COMUNICAR	GRADO EN TURISMO	Todos	18	4,47	
VISITA TÉCNICA A ANDALUCÍA LAB	GRADO EN TURISMO	1º	60	4,18	
VISITA TÉCNICA AL HOTEL MIRAMAR	GRADO EN TURISMO	Todos	34	4,70	
JORNADA SOBRE TURISMO DE INTERIOR EN GRAZALEMA	GRADO EN TURISMO	4º	47	4,13	10
V. JORNADA "ACERCANDO LA EMPRESA A LA UNIVERSIDAD"	GRADO EN TURISMO	Todos	96	4,42	11
VISITA TÉCNICA A LA BODEGA TORO-ALCALÁ Y PLAZA OCHAVADA DE AGUILAR DE LA FRONTERA	GRADO EN TURISMO	Todos	10	4,64	

SERVICIO DE COOPERACIÓN EMPRESARIAL Y PROMOCIÓN DE EMPLEO

El Servicio de Cooperación Empresarial y Promoción de Empleo ha promovido la realización de las siguientes actividades:

ACTIVIDAD **IN34** (Total de asistentes) **IN35** (Nivel de satisfacción)

I Feria de Empleo presencial	2700	4,52
------------------------------	------	------

ACTIVIDAD **IN34** (Total de asistentes) **IN35** (Nivel de satisfacción)

I Feria de Empleo Virtual	4103	Sin datos
---------------------------	------	-----------

(*) Dato procedente de la encuesta a las empresas participantes
Fuente: IMASTE

ACTIVIDAD

	IN34 (Total de asistentes)	IN35 (Nivel de satisfacción)
Acercando la Empresa a la Universidad	48	Sin datos
Arte y Ciencia, espacios creativos	10	Sin datos
Competición de proyectos de e-commerce	83	Sin datos
Conferencia YUZZ: ¿cómo hacer un plan de empresa?	25	Sin datos
Conferencia YUZZ: 10 elementos clave de propuesta de valor para el cliente	25	Sin datos
Conferencia YUZZ: Customer Validation	25	Sin datos
Conferencia YUZZ: Exitocina	25	Sin datos
Conferencia YUZZ: Finanzas para emprendedores	25	Sin datos
Conferencia YUZZ: Gestión del Talento	25	Sin datos
Conferencia YUZZ: La importancia del e-commerce para los emprendedores	25	Sin datos
Conferencia YUZZ: Las 4 reglas básicas para predecir el futuro de mi empresa	25	Sin datos
Conferencia YUZZ: MarcaT la diferencia y comunica tu emprendimiento	25	Sin datos
Conferencia YUZZ: Plan comercial y de Marketing y Estructura legal de la empresa	25	Sin datos
Conferencia YUZZ: Plan de Operaciones y Plan Económico-financiero	25	Sin datos
Conferencia YUZZ: Plan de recursos humanos	25	Sin datos
Conferencia YUZZ: Use su cabeza y no se haga la puñeta para variar	25	Sin datos
Curso de alto rendimiento para emprendedores universitarios	24	Sin datos
Curso de creación de empresas para estudiantes universitarios	30	Sin datos
Curso de emprendimiento de proyectos educativo/sociales en contextos reales		Sin datos
Curso de liderazgo y gestión de PYMES	37	Sin datos
Curso de verano de Innovación y Emprendimiento. Una visión global	40	Sin datos
Curso Lean Startup para Spin-off y YUZZers	24	Sin datos
Emprender en Logopedia como opción profesional	65	Sin datos

Entrepreneurial Brains Made on Campus	20	Sin datos
Evento post-ideas factory, ¿y ahora qué?	40	Sin datos
Hackaton APP Link	22	Sin datos
Ideas Factory	57	Sin datos
Ideas Factory Winter Edition	68	Sin datos
III Congreso Andaluz de Emprendimiento	112	Sin datos
IKEA Málaga Talento. Creación de producto y actitud emprendedora	15	Sin datos
IV Foro Ser Emprendedor	210	Sin datos
IV Ronda de financiación de Red de Business Angeles de Innovación Social - Innobas		Sin datos
Jornada: Economía circular: Cómo financiar proyectos ambientales y de eficiencia de recursos		Sin datos
Juernes Emprendedor: ¿cómo utilizar la creatividad para hacer rentables los networkings	19	Sin datos
Juernes Emprendedor: ¿quieres saber más sobre Lean Startup?	29	Sin datos
Juernes Emprendedor: Desing thinking: cómo generar ideas innovadoras	27	Sin datos
Juernes Emprendedor: Estudio de Mercado y prospección de mercado a través de crowdfunding	14	Sin datos
Juernes Emprendedor: Estudio de Mercado, pasos, trucos y líneas a seguir	35	Sin datos
Juernes Emprendedor: Financiación y ayudas públicas para startups	18	Sin datos
Juernes Emprendedor: Inbound Marketing para Startups	17	Sin datos
Lanzamiento programa YUZZ de emprendedores	25	Sin datos
Linkeding para buscar nuevas oportunidades de negocio		Sin datos
Método Canvas (programa YUZZ)	25	Sin datos
Movil Forum Reto Edison	76	Sin datos
Presentación de Andalucía Open Future para Yuzzers	25	Sin datos
Presentación del Programa Talentum Startups	35	Sin datos
Presentación programa AERTEC Solutions Challenge	20	Sin datos
Rethinking 2.0. Buscando el perfil entrepreneur	60	Sin datos

Rethinking 2.0. Estudio de mercado. Validación en modelos de negocio	60	Sin datos
Rethinking 2.0. Innovación comercial y experiencia de usuario	60	Sin datos
Rethinking 2.0. Pensando y consolidando la idea de negocio	60	Sin datos
Rethinking 2.0. Pensando y consolidando la idea de negocio II	60	Sin datos
Reto "Activa tu ciudad" de Google	99	Sin datos
Sesión Experiencias y oportunidades de emprendimiento en TIC		Sin datos
Sesión formativa: ¿Quieres una campaña de email MK para tu negocio?	16	Sin datos
Sesión Málaga Startup School: "Business model and Investment"	25	Sin datos
Sesión Málaga Startup School: "Important issues about startups"	25	Sin datos
Sesión Málaga Startup School: "Marketing and Metrics"	25	Sin datos
Sesión Málaga Startup School: "Perfect presentation"	25	Sin datos
Sesión Málaga Startup School: "Product development"	10	Sin datos
Sesión Málaga Startup School: "Value Proposition"	25	Sin datos
Sesión Málaga Startup School: "Way of the Startup"	25	Sin datos
Sesión Redes sociales y nuevos canales de venta online		Sin datos
Taller Creación de Mind Maps para conectar ideas	42	Sin datos
Taller de creación de Micoblogging, Marketing Transmedia y Storytelling	20	Sin datos
Taller de creación de Podcast, Marketing Transmedia y Storytelling	52	Sin datos
Taller de marketing Transmedia con Storytelling	22	Sin datos
Taller de preparación de Elevator Pitch para emprendedores YUZZ	25	Sin datos
Taller Google activa tu ciudad: Emprender: Secretos de una jornada laboral "Full Life"	99	Sin datos
Taller sobre innovación, creatividad y emprendimiento		Sin datos
Taller: Cómo convertir visitantes a tu web en clientes		Sin datos
Tengo una idea de negocio, ¿y ahora qué?	17	Sin datos
Workshop Rethinking	18	Sin datos

Anexo 3.

Relación de personas consultadas.

Al objeto de diseñar mejoras en la estrategia actual de la Universidad en materia de empleabilidad, se ha realizado una consulta a diferentes perfiles internos y externos que tengan alguna relación con el desempeño de la UMA en la mejora de la empleabilidad de estudiantes y egresados.

En este sentido, se ha empleado la técnica cualitativa de focus group para conocer la opinión, sugerencias y mejoras aportadas desde puntos de vista y experiencias muy diferentes.

Las sesiones fueron llevadas a cabo los días 27 y 28 de marzo y participaron las siguientes personas:

Lunes, 27 de marzo		
ENTIDADES	AJE	Mar Recuna
	PTA	Felipe Romera
	PTA	Natalia Pérez
EMPRESAS	ALTRA CORPORACIÓN	Sonia Cervantes.
	CLUSTER MARITIMO ANDALUCÍA	Alicia Blanco
CONSULTORAS RRHH	CONSULTEA	José Hueso
PROFESORES	FEST	Elena Bárcena
	F. CIENCIAS	Carlos Martín Guevara
ESTUDIANTES	AIESEC	Vicepresidenta Prácticas

Martes, 28 de marzo		
ENTIDADES	Cámara de Comercio	José M ^a Gómez Pretel.
	IMFE	Enrique Nadales.
	CEM	Dolores Olmo.
	PTA	Lourdes Cruz.
EMPRESAS	EPCOS	Miguel Martín.
	VIEWNEXT	Fernando Baena
	AT4WIRELESS	Nisa Luis
	ACCENTURE	Marta Vicente
CONSULTORAS RRHH	INDRA	Fco. Javier Cano
	CON TALENTO	Miguel Ángel Serralvo
	HRCS	Juan Manuel Gaspar
	CONSULTEA	José Hueso
PROFESORES	F. COMERCIO Y GESTIÓN	Pilar Alarcón
	F. CC. ECONÓMICAS	Juan Goñi
ESTUDIANTES	F. COMERCIO Y GESTIÓN	María del Mar Muñoz
	F. PSICOLOGÍA	Lidia Infante
	AIESEC	Alejandro Montaña