

FSGC-P04-03: Informe de acceso a los títulos de la UCA y Análisis del perfil de ingreso.

CURSO ACADÉMICO:	2025-26
TÍTULO:	Grado en Publicidad y RRPP
CENTRO:	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
RESPONSABLE DE CUMPLIMENTACIÓN:	Coordinador del Título
RECEPTOR DEL INFORME:	Comisión de Garantía de Calidad

Se incluirán para su análisis los indicadores del proceso reflejados en los informes publicados en el Sistema de Información.

	Totales	Mujeres	Hombres
Número de Alumnos de Nuevo Ingreso	76	61	15
Número de Alumnos de Nuevo Ingreso que cumplen Perfil de Ingreso	73	58	15

ANÁLISIS Y VALORACIÓN DE LA INFORMACIÓN

El perfil del alumnado de nuevo ingreso del Grado en Publicidad y RRPP de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad de Cádiz para el curso académico 2025-2026 incluye diversas variables sociodemográficas y académicas de los estudiantes matriculados por primera vez en la titulación. Esto hace referencia a aspectos como la edad, el género, la provincia de procedencia, la nacionalidad, la vía de acceso, la modalidad de estudios previos y las calificaciones de acceso y admisión.

El análisis del perfil del alumnado pone de manifiesto que la mayor parte de los estudiantes acceden al grado inmediatamente después de finalizar sus estudios preuniversitarios, ya que predominan los nacidos en los años 2006 y 2007. Asimismo, se observa un claro predominio del género femenino, configurando una promoción mayoritariamente integrada por mujeres. En cuanto a la dedicación al estudio, prácticamente la totalidad del alumnado se matricula a tiempo completo, lo que refleja un alto grado de compromiso con la formación universitaria.

Desde el punto de vista geográfico, la mayor parte del alumnado procede de la provincia de Cádiz, lo que confirma la influencia del entorno más próximo en la captación de estudiantes. No obstante, también existe representación de otras provincias andaluzas, especialmente Sevilla, Málaga, Jaén y Huelva, así como de otras comunidades autónomas, entre ellas Cáceres, Badajoz y Toledo. Del mismo modo, el grado recibe un reducido número de estudiantes internacionales

procedentes de países como Marruecos y Colombia, lo que aporta una cierta diversidad al perfil del alumnado.

En relación con las vías de acceso, la modalidad claramente mayoritaria corresponde a las Pruebas de Acceso a la Universidad (PAU/EVAU) realizadas tras cursar Bachillerato. De forma complementaria, también se incorporan estudiantes procedentes de Ciclos Formativos de Grado Superior, principalmente de la familia profesional de Comercio y Marketing, así como algunos casos de traslado de expediente universitario y de estudiantes provenientes de sistemas educativos extranjeros homologados. Entre quienes acceden desde Bachillerato predominan las modalidades de Humanidades y Ciencias Sociales, seguidas de Artes, lo que resulta coherente con el perfil formativo del grado.

Respecto al rendimiento académico previo, el alumnado presenta un nivel de acceso elevado. Las notas de acceso oscilan aproximadamente entre 6,62 y 11,60 puntos, observándose que una parte importante de la promoción accede con calificaciones altas. En concreto, 3 estudiantes obtuvieron una nota de acceso superior a 10 puntos, 16 estudiantes superaron los 9 puntos, 48 estudiantes accedieron con una nota superior a 8 puntos y 68 estudiantes presentaron una nota superior a 7 puntos. Estos datos evidencian que la mayor parte del alumnado de nuevo ingreso posee un expediente académico sólido, lo que constituye un indicador positivo sobre el nivel de preparación con el que se incorporan a la titulación.

En conjunto, el perfil de ingreso del curso 2025-2026 muestra una promoción integrada principalmente por estudiantes jóvenes, mayoritariamente mujeres, procedentes de la provincia de Cádiz y matriculados a tiempo completo. La PAU constituye la principal vía de acceso, aunque el grado mantiene también capacidad de atraer alumnado procedente de Formación Profesional y de otras modalidades de acceso. Asimismo, las elevadas calificaciones de acceso reflejan una buena demanda de la titulación y un adecuado nivel académico del alumnado que inicia sus estudios en el Grado en Publicidad y RRPP.

Tabla resumen:

	OFERTA, DEMANDA Y MATRÍCULA				NOTA DE CORTE	NOTA DE ACCESO	VIA ACCESO (*)				
	Plazas Ofertadas	Demanda 1ª Opción	Estudiantes nuevo ingreso	Acceso en 1ª preferencia	Nota de corte	Nota de acceso	Vía 1	Vía 2	Vía 3	Vía 4	Vía 5
Curso 2025-26	75	12,97%	76	58,97%	7,62	8,757	58	16	0	0	2
Curso 2024-25	75	13,29%	72	56,41%	8,357	9,763	54	16	1	1	0
Curso 2023-24	75	13,44%	80	49,37%	8,38	9,894	69	11	0	0	0
Curso 2022-23	75	13,53%	81	41,98%	8	9,475	65	13	0	0	3
Curso 2021-22	75	14,99%	72	54,93%	7,5	10,146	59	8	0	2	3

(*) VÍA DE ACCESO

Vía 1: Prueba de acceso a la universidad

Vía 2: FP2 o asimilados

Vía 3: Titulados universitarios o asimilados

Vía 4: Pruebas específicas para mayores de 25, 40 y 45 años

Vía 5: Otros accesos

En cuanto al procedimiento y porcentajes de orientación preuniversitaria, los datos ofrecidos por la Unidad de Calidad y Evaluación se muestran en la tabla siguiente donde podemos ver una comparativa de los últimos cinco años.

CÓDIGO RUCT	TÍTULO	INDICADOR	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25	2025-26
2501754	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas	ISGC-P04-16: Tasa de adecuación del título (matriculados de nuevo ingreso por preinscripciones realizadas en primera opción)	54,93%	41,98%	49,37%	56,41%	58,97%
		ISGC-P04-17: Tasa de ocupación del título (matriculados de nuevo ingreso por preinscripción con relación a la oferta)	94,67%	108%	105,33%	104%	104%
		ISGC-P04-18: Tasa de preferencia del título (preinscripciones en primera opción sobre plazas ofertadas)	166,67%	161,33%	154,67%	126,67%	141,33%
		ISGC-P04-19: Tasa de renovación del título o tasa de nuevo ingreso	20%	22,88%	23,67%	22,5%	24,13%
		ISGC-P04-20: Alumnado de nuevo ingreso en Grado (pulse aquí)					

En el curso 2025-2026, el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas presenta unos indicadores de captación y matrícula positivos. La tasa de adecuación del título se sitúa en 58,97%, mientras que la tasa de ocupación alcanza el 104%, lo que indica que se cubren todas las plazas ofertadas e incluso se supera ligeramente la oferta prevista. La tasa de preferencia del título es del 141,33%, reflejando una elevada demanda en primera opción. Por su parte, la tasa de renovación o de nuevo ingreso se sitúa en 24,13%. En la tabla no se muestran datos para el indicador de alumnado de nuevo ingreso en Grado correspondiente a este curso.

Al realizar un análisis de los principales indicadores del curso 2025/2026 se observa lo siguiente:

- * Ascenso del número de matriculados de 72 a 76 alumnos.
- * Subida de la tasa de acceso de 1ª preferencia del título, que alcanza el 58,97%, el valor más alto de los últimos cinco cursos.
- * La tasa de ocupación del título se mantiene por encima del 100%.

PUNTOS FUERTES

La tasa de adecuación y la tasa de preferencia del título han mejorado, alcanzando sus valores más altos de los últimos cinco cursos.

- Se ocupan todas las plazas del título
- Mejora el porcentaje de Acceso en 1ª Preferencia

ÁREA DE MEJORA

- La nota de acceso ha bajado por primera vez de los 9 puntos.
- No se reciben alumnos de la vía 3 ni de la vía 4

Son aspectos externos al Centro, pero se seguirá trabajando en mejorar la difusión y conocimiento del Título.

Aprobado por CGC	Aprobado por JF
Pendiente	Pendiente