

## RESULTADOS DEL TÍTULO

Indicador	20-21	21-22	22-23	23-24	24-25
Tasa de rendimiento	74,6%	61%	70,9%	76,6%	77,9%
Tasa de éxito	81,9%	71,3%	78,4%	82%	84,6%
Tasa de evaluación	91%	85,5%	90,5%	93,5%	92,1%
Tasa de abandono	41%	37,4%	22,5%	27,6%	30,6%
Tasa de graduación	26,2%	27%	42,5%	25%	27,8%
Tasa de eficiencia	86,2%	85,3%	86,7%	85,2%	86,4%
Duración media de los estudios	5,4	5,2	5,2	5,3	5,1
Plazas de prácticas externas / solicitudes	2,05	-	-	1,95	-
Movilidad entrante internacional	1,45%	-	-	3,73%	2,45%
Movilidad entrante nacional	0,41%	-	-	1,24%	0,2%
Movilidad saliente internacional	2,28%	-	-	2,28%	2,86%
Movilidad saliente nacional	0,83%	-	-	0,62%	1,84%
Satisfacción coordinación docente	2,94	2,84	2,81	2,99	2,98
Satisfacción proceso TFG/TFM	3,42	3,09	2,93	3,34	2,57
Satisfacción tutores académicos prácticas	4,89	-	-	4,58	4,31
Satisfacción tutores entidades colaboradoras	4,68	-	-	4,52	4,64
Satisfacción alumnado prácticas externas	3,83	-	-	3,43	3
Satisfacción alumnado movilidad	3,81	-	-	3,64	3,28
Tasa de adecuación del título	43,55%	41,51%	31,68%	46,46%	42,98%
Tasa de ocupación del título	99,2%	84,8%	80,8%	101,6%	91,2%
Tasa de preferencia del título	58,4%	108,8%	52%	68%	51,2%
Tasa de renovación del título	24,27%	22,95%	20,6%	27,84%	23,77%
Satisfacción global PDI	4,3	4,28	4,38	4,04	3,91
Satisfacción global PAS	3,83	3,85	3,77	3,77	3,83
Satisfacción egresados	3,45	2,38	2,25	2,86	2,43
Satisfacción del alumnado con la información publicada	3,65	3,21	3,28	3,21	3,44
Grado de satisfacción global del alumnado con el título	3,46	3,32	3,38	3,46	3,37

## **Acta comisión de orientación profesional.**

En Jerez, 6 y 7 de mayo de 2025, se celebra una sesión de Orientación Profesional, dirigida a los estudiantes del Grado en Marketing, con el objetivo de reforzar la conexión entre la formación académica y la realidad profesional, así como poner en valor la aportación del alumnado en entornos laborales reales.

Durante la sesión participaron los siguientes profesionales:

- Pablo Navajas y Ana Lara
- José Villalobos (Victoria Málaga)
- Eduardo Pérez (Surfly Studio)
- Marta Naranjo (Cahetano Motor)
- Borja de Bedoya (Crear & Co)
- Daniel Casares (Creatividad fotográfica)
- Manuela Valverde (Joy Colors)
- Antonio Gandón (Willo Studio)
- Mara Navarrete (Emena Comunicación)
- Víctor Vela (Asociación de Marketing en Cádiz)

Todos los participantes han acogido becarios del Grado en Marketing, manifestando en todos los casos un alto grado de satisfacción con su desempeño. Los ponentes de Mamá hago marketing destacaron la relevancia de los conocimientos adquiridos en el grado, así como su aplicación directa en los distintos ámbitos del marketing, la comunicación, la creatividad, el emprendimiento y la estrategia empresarial.

### Relación de participantes y aportaciones

Borja de Bedoya, CEO de Crear and Co. Como consultor de marketing y SEO, destacó la utilidad de los conocimientos del Grado en Marketing en áreas como estrategia digital, posicionamiento SEO, branding y social media. Señaló que los becarios aportan una visión actualizada y operativa, facilitando su rápida integración en proyectos reales y contribuyendo al crecimiento de la agencia.

Eduardo Pérez de Surfly Studio, Agencia de Contenido Estratégico. Los fundadores subrayaron la importancia de la formación en marketing estratégico, creatividad y copywriting. Indicaron que los estudiantes en prácticas aportan ideas frescas, dominio de herramientas digitales y una comprensión clara de las campañas creativas, resultando clave para el desarrollo de proyectos de contenido y comunicación de marca.

Pablo Navajas, exalumno del Grado en Marketing. Enfatizó la relevancia de la formación en email marketing, estrategia digital y marca personal. Indicó que los estudiantes en prácticas cuentan con una base sólida que les permite desenvolverse con soltura en LinkedIn, automatización de correos y proyectos emprendedores.

José Villalobos, Director de Marketing de Victoria Málaga. Explicó cómo los conocimientos del Grado en Marketing resultan fundamentales en la planificación de campañas, marketing deportivo y gestión de marca. Valoró positivamente la preparación de los becarios,

especialmente en análisis de mercado, creatividad y apoyo en acciones promocionales y eventos deportivos.

Marta Naranjo, Directora de Marketing. Subrayó la utilidad del Grado en Marketing en el sector de la automoción, especialmente en áreas de ventas, comunicación y estrategia comercial. Indicó que los estudiantes en prácticas muestran una visión analítica y comercial muy alineada con las necesidades del sector.

Mara Navarrete. Gerente de Emena Comunicación. Señala la importancia del conocimiento en redes sociales, estrategia digital y emprendimiento. Valoraron muy positivamente la formación del alumnado y la posibilidad de desarrollar prácticas, incluso en modalidad remota, gracias a su autonomía y preparación.

Víctor Vela, indica que los conocimientos en marketing, comunicación y estrategia de contenidos adquiridos en el grado resultan esenciales para el desarrollo y la difusión de proyectos audiovisuales, destacando la creatividad que aportan algunos becarios.

Todos los profesionales coincidieron en destacar la alta calidad formativa del Grado en Marketing, la adecuación de los contenidos académicos a las necesidades reales del mercado laboral y el impacto positivo de los estudiantes en prácticas en sus organizaciones. Asimismo, se puso de manifiesto la importancia de seguir fortaleciendo la colaboración entre la universidad y el entorno profesional para mejorar la empleabilidad y el desarrollo competencial del alumnado.

## DEMANDA ACADÉMICA

<b>Indicador</b>	<b>20-21</b>	<b>21-22</b>	<b>22-23</b>	<b>23-24</b>	<b>24-25</b>
Plazas ofertadas	125	125	125	125	125
Demanda 1º opción	9,42%	12%	7,21%	8,78%	8,05%
Estudiantes de nuevo ingreso	118	115	98	134	116
Acceso en primera preferencia	43,55%	41,51%	31,68%	46,46%	42,98%
Nota de corte	7,08	5	6,75	10,69	8,42
Nota de acceso	8,002	8,402	8,535	8,754	8,572