



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

Informe Grado Marketing y Comunicación Digital (MCD) PRESENCIAL Y SEMIPRESENCIAL

Acceso y Matrícula

Período comprendido entre 2014-15 hasta 2018-19

Euncet, septiembre 2019

1 Descripción

Euncet con el objetivo de informar y presentar sus resultados de forma anual, ha preparado el siguiente informe detallando los datos obtenidos en los procesos que a continuación se enuncian, tanto en la modalidad presencial como semipresencial:

- Preinscripción
- Acceso
- Matrícula

1.1 Presencial y Semipresencial

1.1.1 Preinscripción y acceso

GRADO EN MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL PRESENCIAL														
Total estudiantes matriculados de nuevo acceso que participan en el proceso de preinscripción														
AÑO	Oferta de plazas Plazas preinscripción	Solicitantes /Asignados		Matrícula segons vies								Matrícula		
		Solicitó 1a pref. convocatoria Junio cierre	Total asignados (Y, J, M, S i L)	Vía 0	Vía 2	Vía 4	Vía 7	Vía 8	Vía 9	Vía 10	Vía 11	Total matrícula	Matrícula Discapacitados	Matrícula Deportista alto rendimiento
2014	40	24	45	18	0	15	5	3	0	0	0	41		
2015	60	46	76	37		21	3	2				64		1
2016	60	53	78	46		12	8					67	1	
2017	70	71	89	46		14	13	4				77		
2018	70	52	88	56		10	4					71	1	

Donde:

Vía 0 = Estudiantes con PAU (Pruebas de acceso a la Universidad) y similares

Vía 2 = Estudiantes Diplomados y Licenciados Universitarios y similares

Vía 4 = Estudiantes con Título de CFGS (Ciclo Formativo de Grado Superior) y similares

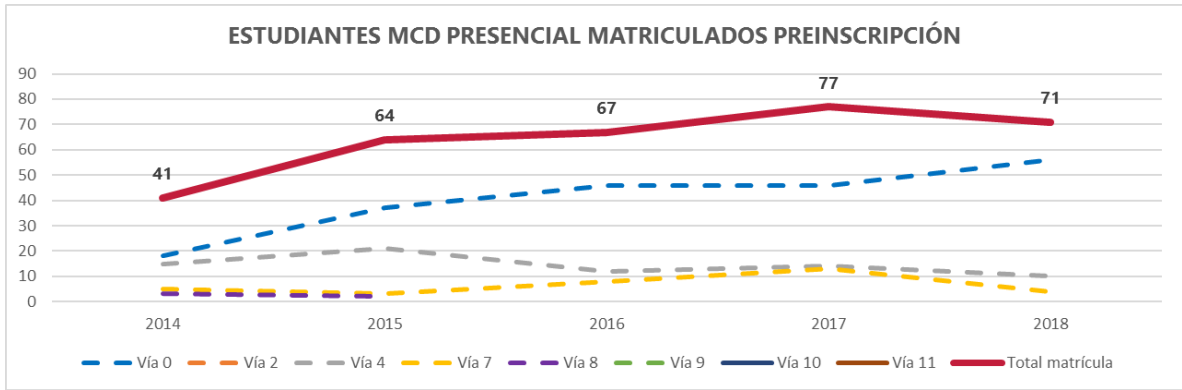
Vía 7 = Estudiantes provenientes de PAU (Pruebas de acceso a la Universidad) y similares que tienen estudios comenzados.

Vía 8 = Estudiantes con Título de CFGS (Ciclo Formativo de Grado Superior) y similares que tienen estudios comenzados.

Vía 9 = Estudiantes procedentes de las pruebas para mayores de 25 años.

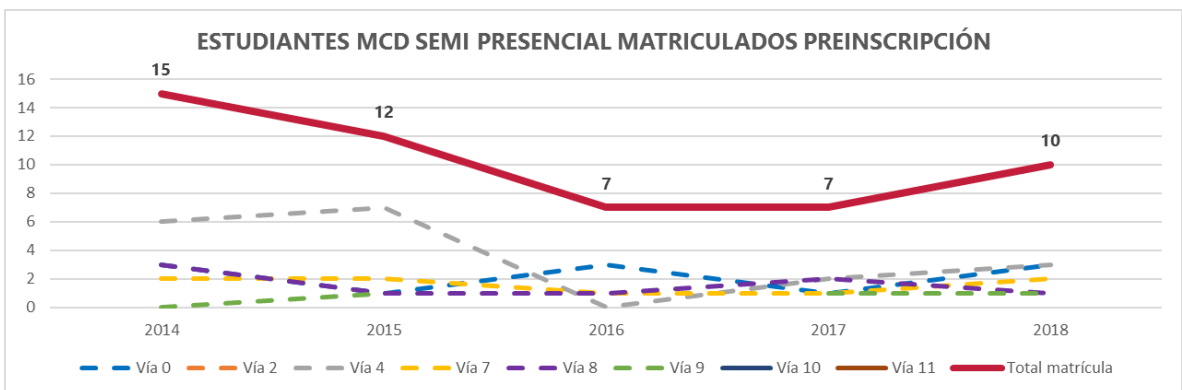
Vía 10 = Estudiantes procedentes de las pruebas para mayores de 40 años.

Vía 11 = Estudiantes procedentes de las pruebas para mayores de 45 años.



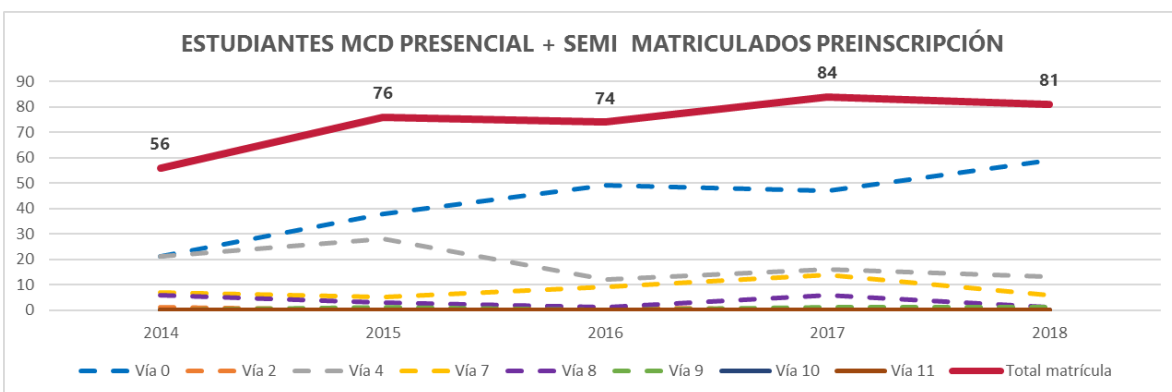
Como se puede observar en relación con las preinscripciones en modalidad presencial desde el 2015 hasta el año 2017 se ha producido una progresión creciente tanto en el número de plazas ofertadas con las que cuenta Euncet junto con la cantidad de estudiantes preinscritos.

GRADO EN MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL SEMI PRESENCIAL														
Total estudiantes matriculados de nuevo acceso que participan en el proceso de preinscripción														
AÑO	Oferta de plazas Plazas preinscripción	Solicitantes / Asignados		Matrícula según vías								Matrícula Total matrícula	Matrícula Dis capacitados	Matrícula Deportista alto rendimiento
		Solicitó. 1a pref. convocatoria J unio cierre	Total asignados (Y, J , M, S i L)	Vía 0	Vía 2	Vía 4	Vía 7	Vía 8	Vía 9	Vía 10	Vía 11			
2014	40	7	17	3	1	6	2	3	0	0	0	15		
2015	40	3	15	1		7	2	1	1			12		
2016	40	3	10	3	1	0	1	1				7		1
2017	40	6	10	1		2	1	2	1			7		
2018	20	7	12	3		3	2	1	1			10		



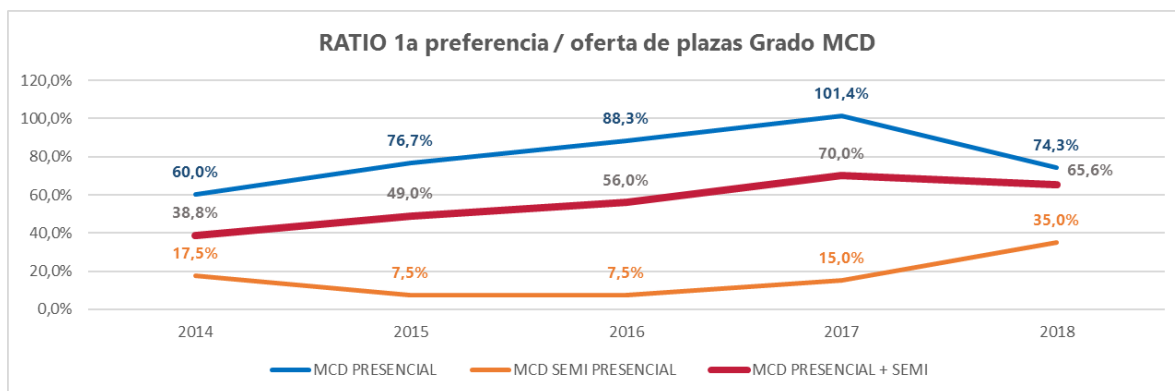
Ahora bien, procedemos a observar en relación con las preinscripciones en modalidad semipresencial que las cantidades del total de asignados son siempre superiores en relación con la solicitud de preferencia en la primera convocatoria.

GRADO EN MARKETING Y COMUNICACIÓN DIGITAL PRESENCIAL + SEMI														
Total estudiantes matriculados de nuevo acceso que participan en el proceso de preinscripción														
AÑO	Oferta de plazas	Solicitantes / Asignados		Matrícula según vías								Matrícula	Matrícula Discapacitados	Matrícula Deportista alto rendimiento
	Plazas preinscripción	Solicitó. 1a pref. convocatoria J unio cierre	Total asignados (Y, J, M, S i L)	Vía 0	Vía 2	Vía 4	Vía 7	Vía 8	Vía 9	Vía 10	Vía 11	Total matrícula		
2014	80	31	62	21	1	21	7	6	0	0	0	56	0	0
2015	100	49	91	38	0	28	5	3	1	0	0	76	0	1
2016	100	56	88	49	1	12	9	1	0	0	0	74	1	1
2017	110	77	99	47	0	16	14	6	1	0	0	84	0	0
2018	90	59	100	59	0	13	6	1	1	0	0	81	1	0



Finalmente, si integramos tantos los resultados de la modalidad presencial junto con la semipresencial encontraremos tanto para inscritos como matriculados refleja crecimientos significativos en los años 2015 al 2017.

RATIO 1a preferencia / oferta de plazas Grado MCD			
AÑO	MCD PRESENCIAL	MCD SEMI PRESENCIAL	MCD PRESENCIAL + SEMI
2014	60,0%	17,5%	38,8%
2015	76,7%	7,5%	49,0%
2016	88,3%	7,5%	56,0%
2017	101,4%	15,0%	70,0%
2018	74,3%	35,0%	65,6%



En modalidad presencial, con respecto al total de plazas ofertadas aproximadamente de dos tercios iniciales cubiertas por primera preferencia de los estudiantes se muestra tendencias y niveles superiores al 70% hasta la actualidad, obteniendo además valores en el 2017 por encima del 100%.

En modalidad semipresencial, con respecto al total de plazas ofertadas las cubiertas con la primera preferencia de los estudiantes, se observa un crecimiento en el 2017 por encima del 50% si lo comparamos con la actualidad.

Finalmente, si comparamos la modalidad presencial respecto a la semipresencial, en promedio los porcentajes representa más del 50% respecto al total de plazas ofertadas, sin que en ello haya afectado la nota de corte.

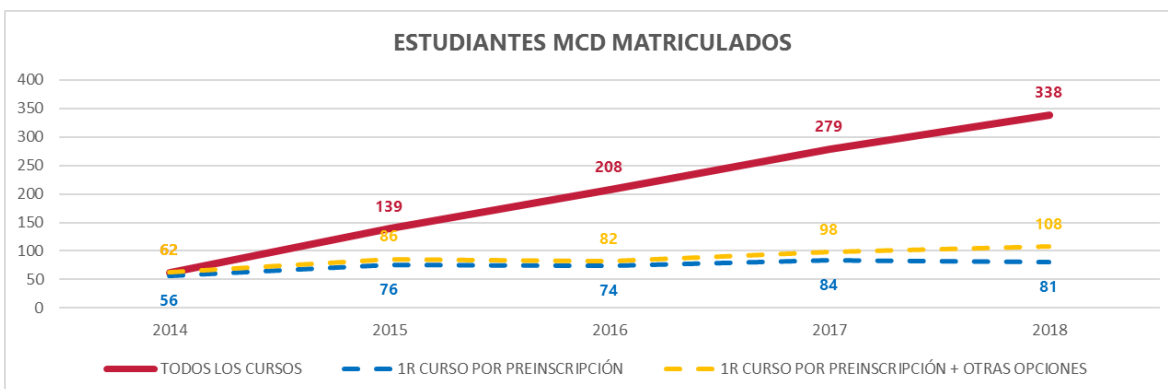
1.1.2 Matricula

ESTUDIANTES MATRICULADOS MCD PRESENCIAL + SEMI TODOS LOS CURSOS

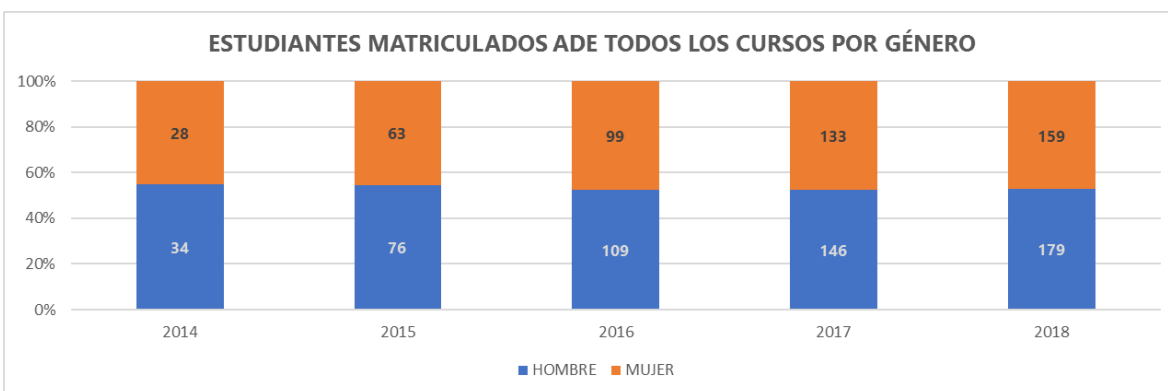
AÑO	HOMBRE	MUJER	TOTAL
2014	34	28	62
2015	76	63	139
2016	109	99	208
2017	146	133	279
2018	179	159	338

ESTUDIANTES MATRICULADOS MCD PRESENCIAL + SEMI 1R CURS POR PREINSCRIPCIÓN + OTRAS OPCIONES

AÑO	HOMBRE	MUJER	TOTAL
2014	34	28	62
2015	47	39	86
2016	42	40	82
2017	52	46	98
2018	64	44	108



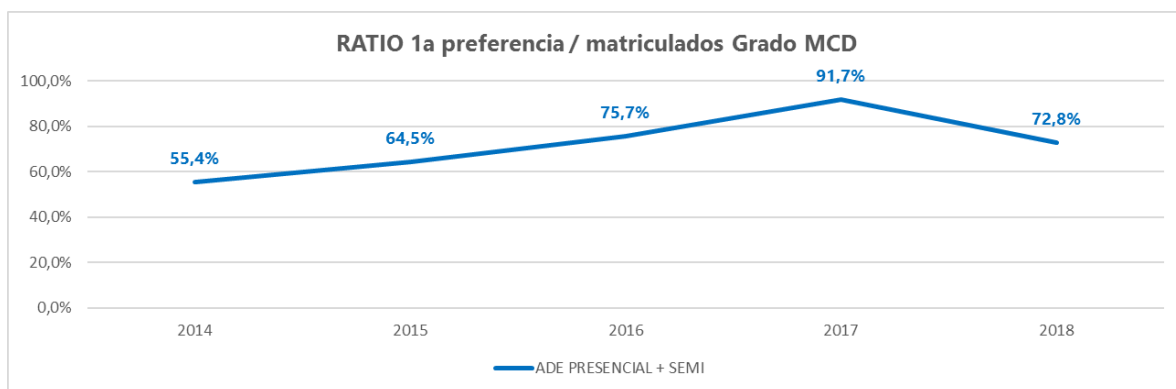
Con respecto a la información de estudiantes matriculados en las modalidades tanto presencial como semipresencial en todos los cursos, la recta nos muestra una progresión acelerada de crecimiento desde el 2015 manteniéndose hasta la actualidad, concluyendo además que dicho crecimiento en términos de porcentajes ha ido fluctuando desde 40% al 80% respectivamente.



Ahora bien, si comparamos con respecto al género de estudiantes matriculados en todos los cursos, se puede observar dos aspectos:

- Por un lado, el incremento de las estudiantes mujer matriculadas.
- Por otro lado, no podemos concluir la predominancia del género masculino entre los estudiantes sino más bien un comportamiento al alza igualitario con respecto al género femenino.

RATIO 1a preferencia / matriculados Grado MCD			
AÑO	MCD PRESENCIAL	MCD SEMI PRESENCIAL	ADE PRESENCIAL + SEMI
2014	58,5%	46,7%	55,4%
2015	71,9%	25,0%	64,5%
2016	79,1%	42,9%	75,7%
2017	92,2%	85,7%	91,7%
2018	73,2%	70,0%	72,8%



En modalidad presencial, con respecto al total de matriculados, aquellos que han escogido Euncet como primera preferencia se mantiene con un crecimiento promedio al 75% a lo largo del tiempo, un repunte significativo del 92% en el año 2017, y un incremento en los cuatro últimos años para situarse hasta en un 79% como tendencia.

En la modalidad semipresencial, con respecto al total de matriculados, aquellos que han escogido Euncet como primera preferencia se mantiene con un 50% promedio, teniendo además un repunte significativo del 86% en el año 2017.

Finalmente, si comparamos la modalidad presencial respecto a la semipresencial los porcentajes mantiene como primera preferencia a la Euncet por encima del 70% aproximadamente, con un alza considerable del 92% en el año 2017.