

RESULTADOS DE LAS ASIGNATURAS QUE CONFORMAN EL PLAN DE ESTUDIOS

Master in Marketing

Año académico 2022/2023

Curso	Cuat	Asignatura	Tipo	Créditos	Total estudiantes Matriculados	Total estudiantes 1ª MAT	Total estudiantes 2ª o más	% superan / matriculados	% superan / presentados	% no presen. / matriculados	%superan en primera mat	% Distribución notas			
												A.	N.	SB.	M.H.
1	1	Análisis de Datos en Marketing	Obligatoria	3	47	47	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	19%	55%	23%	2%
1	1	Análisis del Mercado e Investigación Experimental	Obligatoria	3	46	46	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	24%	70%	2%	4%
1	1	Comportamiento del Consumidor	Obligatoria	3	46	46	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	26%	61%	11%	2%
1	1	Dirección de Marketing	Obligatoria	3	46	46	0	97,8%	100,0%	2,2%	97,8%	42%	49%	7%	2%
1	1	Economía para la Empresa	Obligatoria	3	44	44	0	97,7%	100,0%	2,3%	97,7%	33%	56%	7%	5%
1	1	Gestión de Canales de Distribución	Obligatoria	3	46	46	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	28%	63%	4%	4%
1	1	Márketing Estratégico	Obligatoria	3	46	46	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	26%	65%	9%	0%
1	1	Métodos Cualitativos y Análisis de Encuestas	Obligatoria	3	45	45	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	27%	49%	20%	4%
1	1	Desarrollo de Nuevos Productos	Optativa	3	20	20	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	25%	65%	5%	5%
1	1	Gestión de Precios	Optativa	3	18	18	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	17%	78%	6%	0%
1	1	Medios Digitales de Pago	Optativa	3	29	29	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	21%	72%	7%	0%
1	1	SEO Marketing	Optativa	3	28	28	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	7%	79%	11%	4%
1	2	Comunicación y Publicidad	Obligatoria	3	42	42	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	7%	86%	2%	5%
1	2	Control y Plan de Marketing	Obligatoria	3	43	43	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	2%	72%	23%	2%
1	2	Gestión de las relaciones con los clientes y Inteligencia Empresarial	Obligatoria	3	43	43	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	19%	72%	5%	5%
1	2	Comercio Digital	Optativa	3	27	27	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	11%	89%	0%	0%
1	2	Comercio y marketing internacional	Optativa	3	26	26	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	62%	35%	4%	0%
1	2	Gestión de producto y marca	Optativa	3	17	17	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	35%	59%	0%	6%
1	2	Habilidades Empresariales y Liderazgo	Optativa	3	25	25	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	72%	24%	4%	0%
1	2	Marketing Digital	Optativa	3	16	16	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	6%	88%	6%	0%
1	2	Marketing de contenidos y redes sociales	Optativa	3	26	26	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	4%	96%	0%	0%
1	2	Prácticas en Empresa	Optativa	6	18	18	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	6%	50%	39%	6%
1	2	Temas Avanzados en Marketing	Optativa	3	43	43	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0%	95%	2%	2%
1	0	Trabajo Fin de Master	Trabajo Fin de Máster	6	46	43	3	91,3%	97,7%	6,5%	90,7%	38%	50%	10%	2%
<i>*Estudiantes pendientes de calificar</i>															
TOTAL estudiantes				78	833	830	3	99,3%	99,9%	0,6%	99,3%	23,2%	65,3%	8,8%	2,7%

-Se excluyen asignaturas de habilidades profesionales, cursos de humanidades, complementarias y la prueba de idiomas

-GDC: Datos obtenidos para las memorias académicas a fecha 09/11/2023