

ALUMNOS POR ASIGNATURA (2021)

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)(1393)

CURSO PRIMERO

DESCRIPCIÓN CURSO	ALUMNOS MATRICULADOS			TOTAL APROBADOS						SUSPENSOS						NO PRESENTADOS						
	HOMBRE	MUJER	TOTAL	HOMBRE		MUJER		TOTAL		HOMBRE		MUJER		TOTAL		HOMBRE		MUJER		TOTAL		SUMA TOTAL
				Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	
(M1938) Fundamentos de los Sistemas de Información Contable(*)	3	1	4	3	100	1	100	4	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M1939) Fundamentos de Finanzas(*)	6	3	9	6	100	3	100	9	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M1940) Fundamentos de Métodos Cuantitativos(*)	3	5	8	3	100	5	100	8	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M1941) Fundamentos de Economía y Derecho(*)	1	1	2	1	100	1	100	2	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M1942) Fundamentos de Informática de Gestión(*)	3	3	6	3	100	3	100	6	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M1943) Fundamentos de Estrategia Empresarial(*)	9	5	14	9	100	5	100	14	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M1944) Fundamentos de Organización de Empresas(*)	0	2	2	0	0	2	100	2	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M1945) Fundamentos de Marketing(*)	5	4	9	5	100	4	100	9	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M1947) Métodos de Predicción(*)	1	0	1	1	100	0	0	1	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M1949) Técnicas de Análisis de Datos(*)	1	0	1	1	100	0	0	1	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M2081) Planificación de Medios Publicitarios Offline y Online	2	7	9	1	50	7	100	8	88,89	0	0	0	0	0	0	1	50	0	0	1	11,11	100
(M2082) Estrategias de Marketing en Entornos Internacionales	2	6	8	2	100	6	100	8	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M2083) E-Commerce y Gestión de la Omnicanalidad	1	7	8	1	100	7	100	8	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M2084) Diseño y Análisis de Encuestas Offline y Online	1	6	7	1	100	6	100	7	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M2085) Gestión de la Experiencia Offline y Online del Turista	2	7	9	2	100	7	100	9	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M2086) Marketing Promocional Online en Turismo	2	7	9	1	50	7	100	8	88,89	0	0	0	0	0	0	1	50	0	0	1	11,11	100
(M218) Gestión de Productos y Marcas	1	6	7	1	100	6	100	7	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M219) Gestión de Relaciones con Clientes	1	6	7	1	100	6	100	7	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M220) Marketing Estratégico	1	6	7	1	100	6	100	7	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M222) Estrategias de Dirección Publicitaria	2	7	9	1	50	7	100	8	88,89	0	0	0	0	0	0	1	50	0	0	1	11,11	100
(M223) Las Relaciones Públicas en la Empresa	2	7	9	1	50	7	100	8	88,89	0	0	0	0	0	0	1	50	0	0	1	11,11	100
(M225) Dirección de Marketing de Servicios	1	7	8	1	100	7	100	8	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M229) Decisiones sobre Precios	2	7	9	1	50	7	100	8	88,89	0	0	0	0	0	0	1	50	0	0	1	11,11	100
(M231) Dirección de Equipos Comerciales	2	7	9	2	100	7	100	9	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M232) Técnicas de Negociación y Venta	2	7	9	1	50	7	100	8	88,89	0	0	0	0	0	0	1	50	0	0	1	11,11	100
(M234) Planificación de Marketing de los Destinos Turísticos	2	7	9	2	100	7	100	9	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M235) Comportamiento del Consumidor Turístico	2	8	10	2	100	8	100	10	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M236) Estrategias de Marketing Turístico	2	7	9	2	100	7	100	9	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M238) Métodos Cuantitativos de Investigación	2	6	8	2	100	6	100	8	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M239) Métodos Cuantitativos de Investigación	2	7	9	1	50	7	100	8	88,89	0	0	0	0	0	0	1	50	0	0	1	11,11	100
(M240) Trabajo Fin de Máster	4	15	19	3	75	9	60	12	63,16	0	0	0	0	0	0	1	25	6	40	7	36,84	100
(M258) Líneas de Investigación en Organización de Empresas(*)	1	0	1	1	100	0	0	1	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M397) Prácticas en Empresas	1	6	7	1	100	6	100	7	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
<b>M2-MARKETING</b>	<b>72</b>	<b>180</b>	<b>252</b>	<b>64</b>	<b>88,89</b>	<b>174</b>	<b>96,67</b>	<b>238</b>	<b>94,44</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>11,11</b>	<b>6</b>	<b>3,33</b>	<b>14</b>	<b>5,56</b>	