ALUMNOS POR ASIGNATURA (2022)

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

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

CURSO PRIMERO

	ALUMNOS MATRICULADOS			TOTAL APROBADOS						SUSPENSOS						NO PRESENTADOS						
				HOMBRE		MUJER		TOTAL		HOMBRE		MUJER		TOTAL		HOMBRE		MUJER		TOTAL		SUMA TOTAL
DESCRIPCIÓN CURSO	HOMBRE	MUJER	TOTAL	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	%
(M1938) Fundamentos de los Sistemas de Información Contable(*)	5	6	11	5	100	6	100	11	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M1939) Fundamentos de Finanzas(*)	7	5	12	7	100	5	100	12	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M1940) Fundamentos de Métodos Cuantitativos(*)	4	3	7	4	100	3	100	7	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M1941) Fundamentos de Economía y Derecho(*)	1	0	1	1	100	0	0	1	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M1942) Fundamentos de Informática de Gestión(*)	5	2	7	5	100	2	100	7	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M1943) Fundamentos de Estrategia Empresarial(*)	10	9	19	10	100	9	100	19	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M1944) Fundamentos de Organización de Empresas(*)	3	1	4	3	100	1	100	4	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M1945) Fundamentos de Marketing(*)	6	6	12	6	100	6	100	12	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M2081) Planificación de Medios Publicitarios Offline y Online	4	5	9	3	75	5	100	8	88,89	0	0	0	0	0	0	1	25	0	0	1	11,11	100
(M2082) Estrategias de Marketing en Entornos Internacionales	4	6	10	3	75	6	100	9	90	0	0	0	0	0	0	1	25	0	0	1	10	100
(M2083) E-Commerce y Gestión de la Omnicanalidad	4	5	9	3	75	5	100	8	88,89	0	0	0	0	0	0	1	25	0	0	1	11,11	100
(M2084) Diseño y Análisis de Encuestas Offline y Online	3	6	9	3	100	6	100	9	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M2085) Gestión de la Experiencia Offline y Online del Turista	3	5	8	3	100	5	100	8	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M2086) Marketing Promocional Online en Turismo	4	5	9	3	75	5	100	8	88,89	0	0	0	0	0	0	1	25	0	0	1	11,11	100
(M218) Gestión de Productos y Marcas	3	6	9	3	100	6	100	9	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M219) Gestión de Relaciones con Clientes	3	6	9	3	100	6	100	9	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M220) Marketing Estratégico	3	6	9	3	100	6	100	9	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M222) Estrategias de Dirección Publicitaria	4	5	9	3	75	5	100	8	88,89	0	0	0	0	0	0	1	25	0	0	1	11,11	100
(M223) Las Relaciones Públicas en la Empresa	5	5	10	4	80	5	100	9	90	0	0	0	0	0	0	1	20	0	0	1	10	100
(M225) Dirección de Marketing de Servicios	4	5	9	3	75	5	100	8	88,89	0	0	0	0	0	0	1	25	0	0	1	11,11	100
(M229) Decisiones sobre Precios	4	5	9	3	75	5	100	8	88,89	0	0	0	0	0	0	1	25	0	0	1	11,11	100
(M231) Dirección de Equipos Comerciales	3	5	8	3	100	5	100	8	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M232) Técnicas de Negociación y Venta	4	5	9	3	75	5	100	8	88,89	0	0	0	0	0	0	1	25	0	0	1	11,11	100
(M234) Planificación de Marketing de los Destinos Turísticos	3	5	8	3	100	5	100	8	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M235) Comportamiento del Consumidor Turístico	3	5	8	3	100	5	100	8	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M236) Estrategias de Marketing Turístico	3	5	8	3	100	5	100	8	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M238) Métodos Cualitativos de Investigación	3	6	9	3	100	6	100	9	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
(M239) Métodos Cuantitativos de Investigación	4	5	9	3	75	5	100	8	88,89	0	0	0	0	0	0	1	25	0	0	1	11,11	100
(M240) Trabajo Fin de Máster	3	7	10	3	100	2	28,57	5	50	0	0	0	0	0	0	0	0	4	57,14	4	40	90
(M397) Prácticas en Empresas	3	5	8	3	100	5	100	8	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
M2-MARKETING	118	150	268	108	91,53	145	96,67	253	94,4	0	0	0	0	0	0	10	8,47	4	2,67	14	5,22	