

TITULACIÓN: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados (450)

AÑO: 2025-26

SEMESTRE: Global

Centro: Facultad de Economía y Empresa

Nº alumnos	Nº respuestas	Tasa respuesta
3133	1157	36.93%

Asignatura	Nº alumnos	Nº respuestas	Tasa respuestas	Media preguntas										% SI	
				1	2	3	4	5	7	8	9	10	11	6	12
Estadística II (27610)	189	34	17.99	2.67	4.44	4.48	3.85	3.88	3.44	3.71	3.87	3.81	3.74	70.0	82.0
Fiscalidad de la empresa (27611)	164	57	34.76	3.07	4.44	3.93	4.05	3.93	3.89	3.86	4.0	3.96	3.96	82.0	42.0
Macroeconomía I (27612)	138	8	5.8	2.71	4.5	3.75	4.0	4.12	4.38	4.62	4.62	4.62	4.62	87.0	87.0
Microeconomía II (27613)	136	70	51.47	3.49	4.54	3.07	4.46	4.46	4.31	4.47	4.53	4.51	4.51	87.0	68.0
Organización y gestión interna (27614)	107	58	54.21	3.27	4.29	3.43	3.84	3.88	3.64	3.93	3.96	3.93	3.97	77.0	86.0
Análisis y valoración de las operaciones financieras (27615)	148	63	42.57	3.25	4.56	4.05	3.82	4.05	4.11	4.3	4.3	4.3	4.3	87.0	93.0
Economía española (27616)	107	4	3.74	2.67	4.0	3.25	4.25	4.0	4.5	3.25	3.25	3.25	3.25	100.0	75.0
Estados financieros (27617)	153	62	40.52	2.77	4.19	4.05	4.44	4.25	4.02	3.93	4.1	4.0	3.98	80.0	88.0
Introducción a la investigación de mercados (27618)	98	19	19.39	3.56	3.84	2.32	3.89	3.72	2.89	4.0	4.0	4.0	4.0	57.0	21.0
Macroeconomía II (27619)	125	42	33.6	3.32	4.5	3.64	3.95	4.03	3.79	4.35	4.4	4.38	4.35	73.0	85.0
Investigación de mercados I (27620)	93	35	37.63	3.82	4.51	3.68	4.09	3.91	3.83	3.77	3.94	3.8	3.82	85.0	82.0
Análisis de datos y técnicas multivariantes (27621)	123	43	34.96	2.85	4.56	4.37	4.09	4.24	3.86	4.07	4.26	4.23	4.19	67.0	88.0
Comportamiento del cliente (27622)	128	18	14.06	3.88	4.5	3.17	4.22	4.11	3.56	4.28	4.28	4.28	4.28	66.0	38.0
Sociología del consumo (27623)	92	62	67.39	3.37	4.48	3.44	4.11	3.85	3.73	4.26	4.27	4.27	4.27	72.0	85.0
Decisiones sobre producto y marca (27624)	104	87	83.65	4.13	4.35	2.64	4.16	4.37	3.65	4.24	4.27	4.27	4.26	71.0	81.0
Investigación de mercados II (27625)	92	44	47.83	3.77	4.57	3.34	4.32	4.39	4.11	4.34	4.34	4.34	4.36	79.0	93.0
Decisiones sobre distribución comercial (27626)	100	25	25.0	3.08	4.24	3.44	3.92	4.16	3.84	4.12	4.16	4.2	4.08	84.0	60.0
Decisiones sobre gestión comercial de precios (27627)	105	39	37.14	3.41	3.85	3.41	3.85	4.1	3.92	4.36	4.36	4.38	4.38	71.0	5.0
Decisiones sobre comunicación comercial (27628)	91	58	63.74	4.36	4.32	2.74	4.43	4.3	3.97	4.47	4.54	4.54	4.56	75.0	81.0
Econometría (27629)	90	59	65.56	2.74	4.56	3.95	4.09	4.07	3.91	3.77	4.0	4.0	4.02	76.0	79.0

TITULACIÓN:	Graduado en Marketing e Investigación de Mercados (450)			Nº alumnos	Nº respuestas	Tasa respuesta
AÑO:	2025-26	SEMESTRE:	Global	3133	1157	36.93%
Centro:	Facultad de Economía y Empresa					

Asignatura	Nº alumnos	Nº respuestas	Tasa respuestas	Media preguntas										% SI	
				1	2	3	4	5	7	8	9	10	11	6	12
Plan de marketing (27630)	85	7	8.24	4.14	4.0	1.71	4.43	4.29	4.0	4.86	4.86	4.86	4.86	85.0	85.0
Dirección de equipos (27631)	86	28	32.56	3.64	4.79	3.15	3.04	3.77	3.79	3.64	3.86	3.86	3.61	92.0	75.0
Marketing estratégico (27633)	79	42	53.16	4.1	3.95	2.73	3.55	3.7	3.4	3.69	3.92	3.86	3.95	73.0	76.0
Comunicación corporativa (27634)	58	23	39.66	4.41	4.7	2.65	4.57	4.48	4.59	4.52	4.52	4.52	4.52	95.0	91.0
Dirección de ventas (27635)	34	8	23.53	4.38	4.5	3.38	4.5	4.25	4.38	4.25	4.38	4.12	4.38	87.0	100.0
Marketing de organizaciones de servicios (27636)	11	9	81.82	4.29	4.33	3.44	4.0	4.0	4.11	4.44	4.44	4.44	4.44	88.0	88.0
Márketing público y no lucrativo (27637)	12	9	75.0	3.89	4.67	2.67	4.44	4.56	4.88	4.62	4.62	4.62	4.62	100.0	77.0
Marketing y responsabilidad social corporativa (27638)	26	18	69.23	3.28	4.5	2.89	4.0	4.33	4.11	3.94	4.22	4.22	3.94	88.0	88.0
e-Márketing (27639)	64	25	39.06	4.08	4.52	3.16	3.83	4.27	4.25	3.72	3.96	4.04	3.64	96.0	92.0
Las TIC y su aplicación al márketing (27640)	67	26	38.81	4.0	4.72	2.62	3.69	4.24	3.68	3.5	4.0	3.77	3.96	76.0	88.0
Técnicas sociológicas de negociación comercial (27641)	31	12	38.71	4.08	4.5	2.25	4.5	4.58	4.36	4.75	4.75	4.75	4.75	91.0	75.0
Políticas de comercio internacional (27643)	4	3	75.0	4.0	5.0	2.67	5.0	4.67	4.33	4.67	4.67	4.67	4.67	100.0	33.0
Plan de internacionalización de la empresa (27644)	6	5	83.33	4.33	4.0	3.6	4.6	5.0	4.2	4.8	4.8	4.8	4.8	100.0	40.0
Estrategias de crecimiento empresarial (27645)	25	5	20.0	4.2	3.8	3.6	4.4	4.4	4.6	4.6	4.6	4.6	4.6	100.0	60.0
Modelos cuantitativos aplicados al marketing (27647)	7	7	100.0	4.43	4.83	4.0	5.0	4.86	4.86	4.86	4.86	4.86	4.86	100.0	85.0
Simulación comercial (27650)	41	19	46.34	3.63	4.95	2.58	4.58	4.33	4.58	4.68	4.68	4.68	4.68	94.0	84.0
Marketing internacional (27651)	34	1	2.94	5.0	4.0	3.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	100.0	0.0
Sistemas de información y bases de datos (27652)	8	4	50.0	4.25	4.25	3.0	5.0	4.75	4.0	5.0	5.0	5.0	5.0	75.0	75.0
Gestión de la innovación (27653)	32	11	34.38	3.73	4.36	3.18	4.45	4.45	4.73	4.91	4.91	4.91	4.91	90.0	63.0
Lengua extranjera para marketing (inglés) (27654)	38	8	21.05	4.57	4.75	2.62	5.0	5.0	4.0	4.88	4.88	4.88	4.88	75.0	62.0
Lengua extranjera para márketing (francés) (27655)	2	0	0.0												
Sumas y Promedios	3133	1157	36.93	3.53	4.42	3.36	4.1	4.15	3.92	4.15	4.24	4.22	4.2	79.34	75.74

Leyenda:

- 1 Mi grado de interés por la asignatura era inicialmente
- 2 Mi grado de asistencia en esta asignatura es
- 3 El grado de dificultad de esta asignatura en comparación con otras de la Titulación es
- 4 El clima de trabajo en este grupo de clase ha favorecido el desarrollo de la asignatura
- 5 Mi grado de satisfacción con los espacios utilizados para esta asignatura (clase, laboratorio, biblioteca, espacios virtuales, etc.) es
- 6 ¿Conoces la guía docente de esta asignatura?
- 7 La guía docente es clara y comprensible
- 8 El programa de la asignatura es viable en el tiempo asignado y está bien estructurado
- 9 Se evitan solapamientos o repeticiones innecesarias en los contenidos
- 10 Las actividades o tareas (teóricas, prácticas, de trabajo individual, en grupo, etc.) son provechosas para lograr los objetivos de la asignatura
- 11 El volumen de contenidos y tareas se ajusta a los créditos asignados
- 12 ¿Se han realizado hasta ahora actividades de evaluación en esta asignatura (examen, controles, prácticas o trabajos evaluables...)?

