

TITULACIÓN: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing (555)

AÑO: 2025-26

SEMESTRE: Global

Centro: Facultad de Economía y Empresa

Nº alumnos	Nº respuestas	Tasa respuesta
204	150	73.53%

Asignatura	Nº alumnos	Nº respuestas	Tasa respuestas	Media preguntas											% SI	
				1	2	3	4	5	7	8	9	10	11	6	12	
Dirección estratégica (61750)	15	12	80.0	4.45	4.58	4.18	4.33	4.08	4.58	4.67	4.67	4.67	4.67	91.0	66.0	
Bases teóricas en dirección y organización de empresas	15	10	66.67	4.44	4.9	3.4	4.6	4.6	4.1	4.4	4.4	4.4	4.4	80.0	60.0	
Bases teóricas en márketing (61752)	15	15	100.0	4.47	4.8	3.23	4.67	3.8	3.93	4.53	4.53	4.53	4.53	66.0	100.0	
Nuevas herramientas metodológicas en investigación de los	15	11	73.33	4.55	4.91	4.0	4.64	4.18	3.82	4.36	4.36	4.36	4.36	63.0	63.0	
Comportamiento del consumidor (61754)	11	9	81.82	4.89	4.89	3.56	4.89	4.67	4.33	5.0	5.0	5.0	5.0	77.0	33.0	
El consumidor y el procesamiento de la información	8	6	75.0	4.83	4.6	4.2	4.6	4.83	4.33	4.67	4.67	4.67	4.67	83.0	33.0	
Gestión de relaciones y valor del cliente (61756)	10	5	50.0	4.6	4.6	3.4	5.0	4.8	4.4	4.8	4.8	4.8	4.8	80.0	60.0	
La dirección de marca en las organizaciones (61757)	11	8	72.73	4.5	4.43	4.0	4.62	4.38	4.5	4.88	4.88	4.88	4.88	87.0	62.0	
Márketing medioambiental (61758)	5	3	60.0	4.0	4.67	3.67	4.67	4.33	3.67	4.0	4.0	4.0	4.0	66.0	66.0	
Medios de comunicación no convencionales (61759)	8	7	87.5	4.29	4.43	3.29	4.71	4.14	4.43	4.86	4.86	4.86	4.86	85.0	57.0	
Métodos de modelización (61760)	5	4	80.0	5.0	4.5	4.25	5.0	5.0	5.0	4.75	4.75	4.75	4.75	100.0	100.0	
Particularidades del consumidor on-line (61761)	11	8	72.73	4.62	4.57	3.75	5.0	4.86	4.25	4.88	4.88	4.88	4.88	75.0	37.0	
Resultados del márketing interno y externo (61762)	10	8	80.0	4.0	4.88	3.5	4.62	4.0	4.38	4.62	4.62	4.62	4.62	87.0	75.0	
Tecnologías de la información y relaciones comerciales	4	2	50.0	5.0	5.0	4.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	100.0	0.0	
Actividad emprendedora: perspectivas teóricas y empíricas	7	6	85.71	4.67	4.6	4.0	4.5	4.5	4.33	4.67	4.67	4.67	4.67	83.0	100.0	
Diseño organizativo (61765)	5	4	80.0	5.0	4.33	4.25	5.0	5.0	5.0	4.75	4.75	4.75	4.75	100.0	75.0	
Economía social y emprendedores sociales (61766)	4	3	75.0	5.0	5.0	3.0	4.67	4.67	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	100.0	33.0	
Gobierno corporativo en la empresa: familiar, gerencial y	5	2	40.0	5.0	5.0	3.5	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	100.0	0.0	
Estrategia y valor de la empresa (61768)	7	5	71.43	4.6	4.4	3.2	4.6	5.0	5.0	4.8	4.8	4.8	4.8	100.0	100.0	
Gestión de la innovación (61769)	9	8	88.89	5.0	4.75	3.0	3.88	4.5	4.25	4.5	4.5	4.5	4.5	100.0	12.0	

TITULACIÓN: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing (555)
AÑO: 2025-26 SEMESTRE: Global
Centro: Facultad de Economía y Empresa

Nº alumnos	Nº respuestas	Tasa respuesta
204	150	73.53%

Asignatura	Nº alumnos	Nº respuestas	Tasa respuestas	Media preguntas											% SI	
				1	2	3	4	5	7	8	9	10	11	6	12	
Gestión flexible de las organizaciones (61770)	9	5	55.56	4.5	4.6	2.6	4.0	4.8	4.6	4.0	4.0	4.0	4.2	100.0	80.0	
Gestión medioambiental y RSC (61771)	3	2	66.67	5.0	4.5	3.5	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	100.0	100.0	
Modelos de gobierno y control de la empresa (61772)	5	3	60.0	4.33	5.0	3.33	4.67	4.33	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	100.0	66.0	
Gestión de recursos humanos: un enfoque multidisciplinar	7	4	57.14	4.0	4.75	2.5	5.0	5.0	4.75	5.0	5.0	5.0	5.0	100.0	25.0	
Sumas y Promedios	204	150	73.53	4.57	4.7	3.58	4.64	4.47	4.39	4.67	4.67	4.67	4.67	84.33	61.75	

- 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...)?