

Código estudio:	400
Campus:	VALLADOLID
Título:	Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Créditos ECTS:	240

INDICADOR	CURSO ACADÉMICO (cohorte o promoción)					
	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23
OFERTA Y DEMANDA DE PLAZAS						
Oferta de plazas de nuevo ingreso por preinscripción	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0	60,0
Alumnos de nuevo ingreso por preinscripción al grado	58,0	52,0	58,0	57,0	60,0	56,0
Matrícula de nuevo ingreso	62,0	55,0	60,0	61,0	65,0	56,0
	Total de estudiantes matriculados por primera vez en el grado. Comprende todas las vías de acceso posible incluidos traslados de expedientes y plazas asignadas a estudiantado extranjero.					
Matrícula de nuevo ingreso en primera opción	56,0	51,0	58,0	53,0	53,0	50,0
	Solicitudes matriculadas en primer orden de preferencia					
Matrícula de nuevo ingreso en primer curso (total)	54,0	48,0	55,0	52,0	58,0	54,0
Por vía de acceso: PRUEBAS DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD	49,0	45,0	54,0	52,0	54,0	52,0
Por vía de acceso: FORMACIÓN PROFESIONAL	3,0	2,0	1,0		3,0	2,0
Por vía de acceso: MAYORES DE 25 AÑOS	1,0				1,0	
Por vía de acceso: OTRAS	1,0	1,0				
Por vía de acceso: "no informado"						
Nota de corte	7,0	5,0	6,0	8,0	8,0	7,0
Nota media de admisión	8,6	7,8	9,0	10,1	9,8	10,4
% de estudiantes de nuevo ingreso DE VALLADOLID	53,2	60,0	53,3	52,5	47,7	44,6
% de estudiantes de nuevo ingreso DE PALENCIA	6,5	9,1	13,3	13,1	9,2	5,4
% de estudiantes de nuevo ingreso DE SEGOVIA	8,1	1,8	1,7	3,3	9,2	10,7
% de estudiantes de nuevo ingreso DE SORIA	1,6		1,7		1,5	
%de estudiantes de nuevo ingreso DE OTRAS PROVINCIAS DE CASTILLA Y LEÓN	21,0	12,7	20,0	19,7	18,5	17,9
% de estudiantes de nuevo ingreso DE OTRAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS	9,7	16,4	10,0	11,5	12,3	21,4
% de estudiantes de nuevo ingreso DE OTROS PAÍSES					1,5	
	Procedencia geográfica según residencia familiar					

Código estudio:	400
Campus:	VALLADOLID
Título:	Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Créditos ECTS:	240

INDICADOR	CURSO ACADÉMICO (cohorte o promoción)						
	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23	
OFERTA Y DEMANDA DE PLAZAS							
Total matriculados	260,0	233,0	232,0	237,0	238,0	226,0	
Porcentaje de mujeres sobre el total de matriculados (%)	62,7	62,2	64,7	60,8	56,3	55,3	
PERSONAL DOCENTE E INVESTIGADOR							
PDI total	47,0	46,0	52,0	47,0	54,0	56,0	
PDI doctor	43,0	41,0	44,0	40,0	41,0	47,0	
PDI con vinculación permanente	44,0	41,0	41,0	38,0	35,0	41,0	
% de créditos impartidos por PDI con vinculación permanente	97,3	94,4	83,2	89,7	76,1	74,7	
Media de sexenios	1,1	1,2	1,6	1,7	1,8	1,9	
Media de quinquenios	5,6	5,5	5,5	5,6	5,3	5,7	
% de profesores con evaluación de su actividad docente (DOCENTIA)	93,6	84,8	76,9	76,6	61,1	75,0	
% de profesores de excelencia en el título / en la Universidad (DOCENTIA)	3,4	3,4	3,5	3,7	2,8	3,2	
RESULTADOS							
Tasa de evaluación (%)	Relación porcentual entre el número de créditos presentados por los estudiantes matriculados en un curso académico y el número total de créditos matriculados en dicho curso académico.	87,8	86,9	95,0	95,7	90,4	94,7
Tasa de rendimiento (%)	Relación porcentual entre el número de créditos aprobados por los estudiantes matriculados en un curso académico y el número total de créditos matriculados en dicho curso académico.	69,7	69,0	84,4	81,8	71,7	78,1
Tasa de éxito (%)	Relación porcentual entre el número de créditos aprobados por los estudiantes matriculados en un curso y el número de créditos presentados a examen en dicho curso académico.	79,4	79,4	88,9	85,5	79,3	82,5
Total graduados		45,0	29,0	40,0	49,0	40,0	36,0

Código estudio:	400
Campus:	VALLADOLID
Título:	Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Créditos ECTS:	240

INDICADOR	RESULTADOS	CURSO ACADÉMICO (cohorte o promoción)					
		2017/18	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23
Tasa de eficiencia (%)	Relación porcentual entre el número total de créditos que ha superado a lo largo de la titulación en la que ha sido egresado y el número total de créditos en los que se ha matriculado.	85,9	79,0	86,0	82,0	84,4	85,8
Tasa de abandono INICIAL (%) por cohorte de entrada	Porcentaje de estudiantes de una cohorte de entrada que no se matriculan en los dos cursos siguientes al de su ingreso	24,2	32,7	8,3	4,9		
Tasa de graduación (%) por cohorte de entrada	Porcentaje de estudiantes que finalizan la enseñanza en el tiempo previsto en el plan de estudios o en un año académico más en relación a su cohorte de entrada	50,0	47,3				
Total cohorte		62,0	55,0	60,0	61,0		
Estudiantes enviados en programas de movilidad		6,0	11,0	10,0	4,0	8,0	6,0
Satisfacción general de los estudiantes	Grado de satisfacción medio con el grado en su conjunto (escala 1 a 10)	6,2	5,6	6,0	6,6	6,7	6,3
Satisfacción general de los egresados	Valoración media de la formación recibida en el Título (escala 1 a 10)	5,6	6,0				
Satisfacción general del profesorado	Satisfacción general con el Plan de Formación del Título en el que usted participa como docente (escala 1 a 10)		7,3		7,6		7,4
Empleabilidad de los egresados: Tasa de empleo (%)	Cociente entre el número de ocupados y el total de egresados	90,5	87,0				
Empleabilidad de los egresados: % de ocupados cuyo requisito es su titulación específica	Empleabilidad de los egresados en empleos relacionados con la titulación	52,6	36,4				