

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

INDICADOR	CURSO ACADÉMICO (cohorte o promoción)								
	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25		
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	60,0		
Alumnos de nuevo ingreso por preinscripción al grado	52,0	58,0	57,0	60,0	56,0	56,0	61,0		
Matrícula de nuevo ingreso	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.		55,0	60,0	61,0	65,0	56,0	61,0	64,0
Matrícula de nuevo ingreso en primera opción	Solicitudes matriculadas en primer orden de preferencia		51,0	58,0	53,0	53,0	50,0	55,0	56,0
Matrícula de nuevo ingreso en primer curso (total)	48,0	55,0	52,0	58,0	54,0	54,0	61,0		
Por vía de acceso: PRUEBAS DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD	45,0	54,0	52,0	54,0	52,0	50,0	58,0		
Por vía de acceso: FORMACIÓN PROFESIONAL	2,0	1,0		3,0	2,0	3,0	2,0		
Por vía de acceso: MAYORES DE 25 AÑOS				1,0			1,0		
Por vía de acceso: OTRAS	1,0								
Por vía de acceso: "no informado"						1,0			
Nota de corte	5,0	6,2	7,7	7,5	7,2	7,5	8,2		
Nota media de admisión	7,8	9,0	10,1	9,8	10,4	9,6	10,0		
% de estudiantes de nuevo ingreso DE VALLADOLID	60,0	53,3	52,5	47,7	46,4	45,9	57,8		
% de estudiantes de nuevo ingreso DE PALENCIA	9,1	13,3	13,1	9,2	5,4	8,2	6,3		
% de estudiantes de nuevo ingreso DE SEGOVIA	1,8	1,7	3,3	9,2	10,7	8,2	4,7		
% de estudiantes de nuevo ingreso DE SORIA		1,7		1,5			1,6		
%de estudiantes de nuevo ingreso DE OTRAS PROVINCIAS DE CASTILLA Y LEÓN	12,7	20,0	19,7	18,5	17,9	16,4	15,6		
% de estudiantes de nuevo ingreso DE OTRAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS	16,4	10,0	11,5	12,3	19,6	18,0	12,5		
% de estudiantes de nuevo ingreso DE OTROS PAÍSES	Procedencia geográfica según residencia familiar			1,5		3,3	1,6		

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

INDICADOR	CURSO ACADÉMICO (cohorte o promoción)						
	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25
OFERTA Y DEMANDA DE PLAZAS							
Total matriculados	233,0	232,0	237,0	238,0	226,0	230,0	232,0
Porcentaje de mujeres sobre el total de matriculados (%)	62,2	64,7	60,8	56,3	55,3	54,3	59,9
PERSONAL DOCENTE E INVESTIGADOR							
PDI total	48,0	52,0	47,0	54,0	58,0	66,0	68,0
PDI doctor	42,0	44,0	40,0	41,0	47,0	48,0	53,0
PDI con vinculación permanente	42,0	41,0	38,0	35,0	41,0	42,0	44,0
% de créditos impartidos por PDI con vinculación permanente	92,7	83,2	89,7	76,1	73,0	67,3	70,0
Media de sexenios	1,6	1,7	1,7	1,9	2,0	2,1	1,8
Media de quinquenios	5,7	5,7	5,7	5,5	5,8	5,7	5,4
% de profesores con evaluación de su actividad docente (DOCENTIA)	83,3	76,9	76,6	61,1	72,4	60,6	58,8
% de profesores de excelencia en el título / en la Universidad (DOCENTIA)	3,4	3,5	3,7	2,8	3,1	2,9	2,9
RESULTADOS							
Tasa de evaluación (%)	86,9	94,9	95,7	90,4	94,7	92,7	93,4
Tasa de rendimiento (%)	69,0	84,4	81,8	71,7	78,1	73,7	75,4
Tasa de éxito (%)	79,4	88,9	85,5	79,3	82,5	79,5	80,8
Total graduados	29,0	40,0	49,0	40,0	36,0	38,0	34,0

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

		CURSO ACADÉMICO (cohorte o promoción)						
INDICADOR		2018/19	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25
RESULTADOS								
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.	79,0	86,0	82,0	84,4	85,8	93,3	83,2
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	32,7	8,3	4,9	32,3	12,5		
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	47,3	56,7	55,7				
Total cohorte		55,0	60,0	61,0	65,0	56,0		
Estudiantes enviados en programas de movilidad		11,0	10,0	4,0	8,0	6,0	13,0	11,0
Satisfacción general de los estudiantes	Grado de satisfacción medio con el grado en su conjunto (escala 1 a 10)	5,6	6,0	6,6	6,7	6,3	6,2	6,8
Satisfacción general de los egresados	Valoración media de la formación recibida en el Título (escala 1 a 10)	6,0	6,3	6,4	6,3	6,6		
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		7,8
Empleabilidad de los egresados: Tasa de empleo (%)	Cociente entre el número de ocupados y el total de egresados	87,0	83,3	78,1	90,0	80,0		
Empleabilidad de los egresados: % de ocupados cuyo requisito es su titulación específica	Empleabilidad de los egresados en empleos relacionados con la titulación	36,4	43,5	48,1	26,3	36,4		