

<b>INDICADORES MÁSTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING</b>				
	<b>CURSO ACADÉMICO</b>			
	<b>2009-10</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>	<b>2012-13</b>
Número de plazas ofertadas de nuevo ingreso	40	40	40	40
Estudiantes de nuevo ingreso en el máster	38	38	42	37
Tasa de rendimiento de los estudiantes (1)	96,03%	97,05%	96,55%	95,98%
Tasa de Éxito (SIIU) (2)	100,00%	97,05%	100,00%	98,13%
Tasa de graduación (3)	-	-	97,37%	83,33%
Tasa de eficiencia (4)	-	100%	99,62%	ND
Tasa de abandono (en 1er curso) (5)	-	5,26%	16,67%	14,29%
Satisfacción de los estudiantes con los docentes del plan (6)	-	4,04	4,43	4,15
Satisfacción de los estudiantes con la coordinación del máster (entre buena y muy buena )	-	78,57%	80,65%	84,62%
Satisfacción de las empresas con los estudiantes en prácticas (entre buena y muy buena)	-	85,71%	93,55%	96,15%

(1)  $(\text{Total de créditos superados por los estudiantes} / \text{Total de créditos matriculados por los estudiantes}) * 100$

(2)  $\text{Total de créditos superados por los estudiantes} / \text{Total de créditos presentados por los estudiantes}$

(3) Estudiantes que han finalizado los estudios en el tiempo previsto + 1 año

(4)  $\text{Créditos que debieran haber matriculado los graduados} / \text{créditos realmente matriculados}$

(5)  $(\text{Estudiantes de nuevo ingreso en el curso [d]} \text{ y no titulados en ese curso y}$

$\text{no matriculados en ese plan de estudios en el curso [d+1]} / \text{estudiantes de nuevo ingreso en el curso [d]}) * 100$  (cohortes 09-10, 10-11 y 11-12, resp.)

(6) Escala de 5 puntos (1: muy escasa, 2: escasa, 3: suficiente, 4: buena, 5: muy buena)