



centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

Informe Máster Universitario en Dirección de Marketing (MUDM)

PRESENCIAL

Acceso y Matrícula

Período comprendido 2016 - 18

Euncet, octubre 2019

1 Descripción

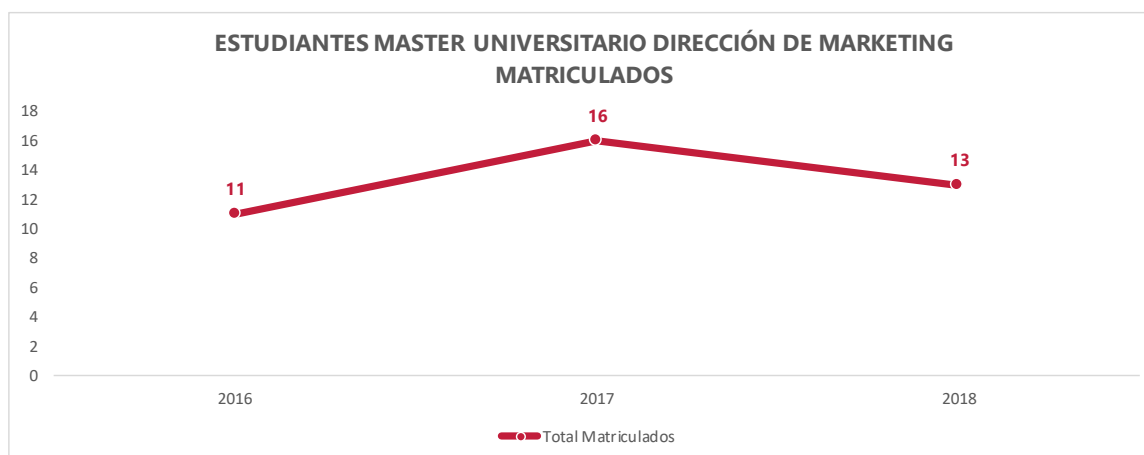
Euncet con el objetivo de informar y presentar sus resultados de forma anual, ha preparado el siguiente informe detallando los datos obtenidos en los procesos que a continuación se enuncian, en la modalidad presencial:

- Matrícula
- Demanda

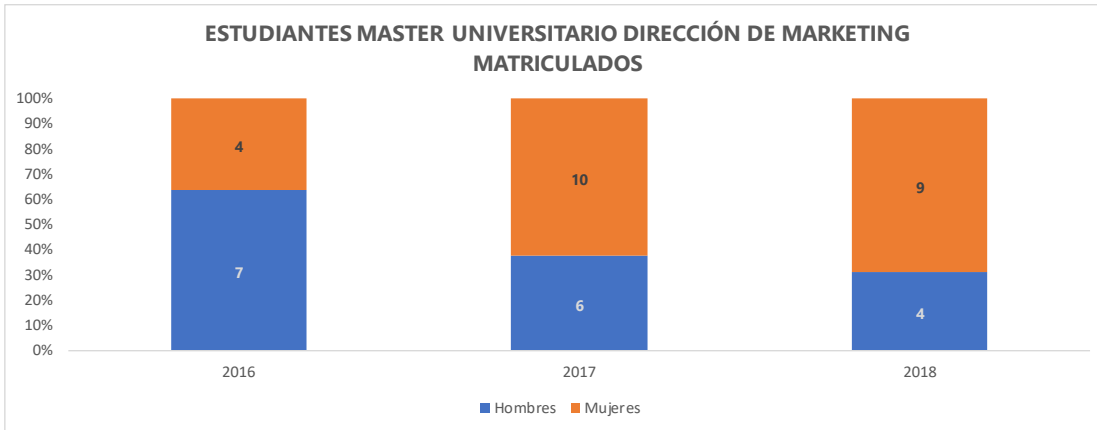
1.1 Presencial

1.1.1 Matrícula

RÁTIO 1a preferència / oferta de plazas MUDM						
AÑO	Oferta de plazas	Demanda	Rátio Demanda /Oferta	Hombres	Mujeres	Total Matriculados
2016	30	11	36,7%	7	4	11
2017	30	16	53,3%	6	10	16
2018	30	13	43,3%	4	9	13

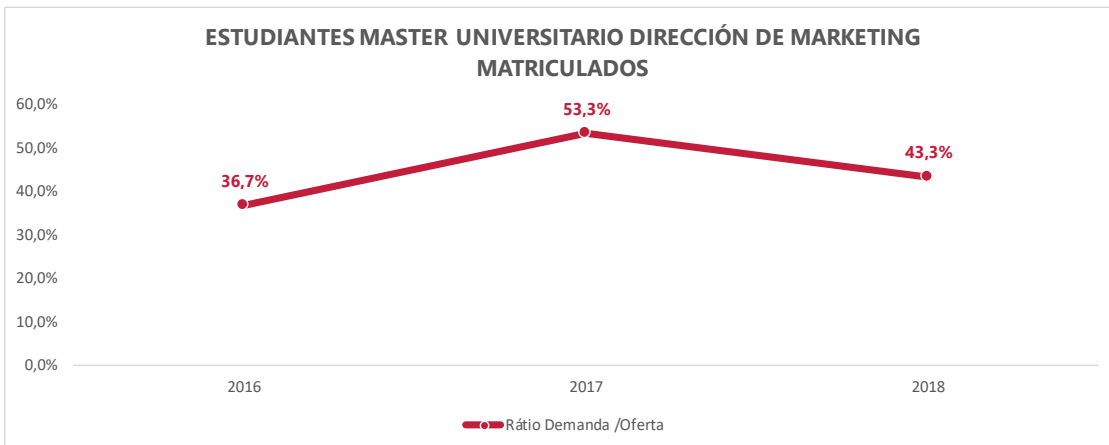


Ahora bien, si observamos la modalidad presencial en términos de matrícula, tenemos que indicar que existe una tendencia constante y lineal, y que en el año 2017 alcanzo un incremento puntual en relación con la media histórica.



Si comparamos con respecto al género de estudiantes matriculados en la Escuela se puede observar dos aspectos:

- Por un lado, que sólo en su año inicial (2016) los estudiantes masculinos eran superiores a los femeninos.
- Y por otro, que la tendencia a contar desde el 2017 es que existe la predominancia del género femenino en la elección de este máster en relación con el masculino.



Observamos entonces que, en la modalidad presencial en términos de demanda, tenemos un crecimiento del 68% entre el año 2016 al 2017, llegando a alcanzar ese año valores por encima del 50% con respecto a la totalidad del número de plazas ofertadas.

RESULTADOS ACADÉMICOS					
AÑO	Tasa de éxito (%)	Tasa de rendimiento (%)	Tasa de abandono (%)	Tasa de graduación (%)	Tasa de eficiencia (%)
2016	99,2%	95,1%	-	-	100,0%
2017	100,0%	100,0%	0,0%	90,9%	100,0%
2018	-	-	-	-	-

Con referencia a los resultados académicos, se muestran valores muy positivos y destacados tanto en la Tasa de éxito, rendimiento, graduación y eficiencia por encima del 95%, y del 0% con relación a la Tasa de abandono.

1.1.2 Demanda

NACIONALIDADES ESTUDIANTES		
AÑO	PAIS	ESTUDIANTES
2016	Colómbia	1
2016	España	8
2016	Itália	1
2016	Venezuela	1
	TOTAL	11

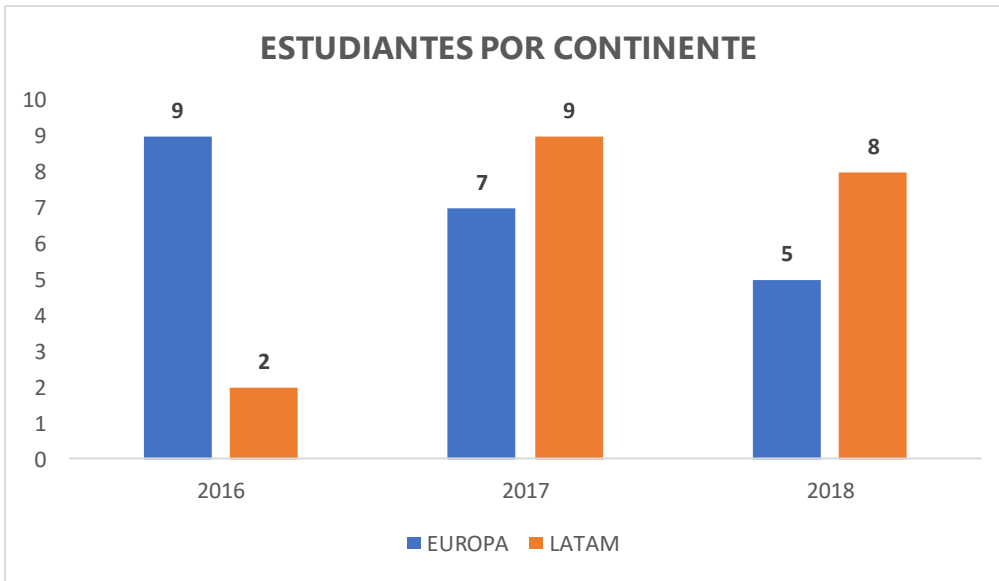
NACIONALIDADES ESTUDIANTES		
AÑO	PAIS	ESTUDIANTES
2017	Alemania	1
2017	Bolívia	1
2017	Colómbia	3
2017	Ecuador	2
2017	España	5
2017	Itália	1
2017	México	2
2017	Perú	1
	TOTAL	16

NACIONALIDADES ESTUDIANTES		
AÑO	PAIS	ESTUDIANTES
2018	Colómbia	5
2018	Ecuador	2
2018	España	5
2018	Venezuela	1
	TOTAL	13

Con respecto a la demanda y su relación a las nacionalidades de los estudiantes contamos con varios aspectos:

- Que sólo en el año 2016 la preferencia de la nacionalidad española al elegir la Escuela en relación con el resto de los países estaba ubicado entre en segundo lugar.
- Si bien desde el inicio del Máster (2016), la preferencia de estudiantes latinoamericanos era visible (ubicándose en el primer lugar de la lista), este ha ido a lo largo del tiempo posicionándose aún más llegando al presente año (2018) el grupo exclusivo que más demandan y se encuentran registrados como estudiantes de la Escuela en este máster.

ESTUDIANTES CONTINENTE		
AÑO	EUROPA	LATAM
2016	9	2
2017	7	9
2018	5	8



Finalmente, si comparamos la demanda de estudiantes Latinoamericanos con los estudiantes europeos vemos que:

- Sólo en el año 2016, la preferencia se ubicó en Europa;
- A partir del año 2017, la tendencia es creciente para el grupo Latino.