



**GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

**CURSO 1º**

**1º SEMESTRE**

**Aula 21**

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:30	Fundamentos de Marketing	Contabilidad Financiera	Fundamentos Administración de Empresas	Matemáticas	Macroeconomía
10:30-12:00	Matemáticas	Fundamentos Administración de Empresas	Contabilidad Financiera	Macroeconomía	Fundamentos de Marketing
12:00-13:00 Grupos B3	Matemáticas	Fundamentos Administración de Empresas	Contabilidad Financiera	Macroeconomía	Fundamentos de Marketing
13:00-14:00 Grupos B3	Matemáticas (*)	Fundamentos Administración de Empresas (*)		Macroeconomía (*)	Fundamentos de Marketing (*)

(\*) El desdoble de los Grupos B3 se realizará durante 9 semanas

Asignatura	Profesor responsable (R) Profesor suplente (S)	Evaluación: 2ª convocatoria ordinaria (febrero)	
Contabilidad Financiera	Morala Gómez, M. Belén (R) Fernández Santos, Yolanda (S)	4	10:00 h
Fundamentos de Administración de Empresas	Ramos López, Mª Azucena (R) Sánchez González, Gloria (S)	11	10:00 h
Fundamentos de Marketing	Lanero Carrizo, Ana (R) Sahelices Pinto, César (S)	9	10:00 h
Macroeconomía	García Arias, Jorge (R) Pardo Fanjul, Ana (S)	2	10:00 h
Matemáticas	Muñoz Castaneda, Ángel Luis (R) Vega Casielles, Susana (S)	7	10:00 h

**CURSO 1º**

**2º SEMESTRE**

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:30	Técnicas Cualitativas de Investigación Mercados	Inglés en Marketing	Derecho Empresarial	Microeconomía	Estadística I
10:30-12:00	Microeconomía	Técnicas Cualitativas de Investigación Mercados	Estadística I	Inglés en Marketing	Derecho Empresarial
12:00-13:00 Grupos B3	Microeconomía	Técnicas Cualitativas de Investigación Mercados	Estadística I	Inglés en Marketing	Derecho Empresarial
13:00-14:00 Grupos B3	Microeconomía	Técnicas Cualitativas de Investigac. Mercados (*)	Estadística I (*)	Inglés en Marketing (*)	

(\*) El desdoble de los Grupos B3 se realizará durante 9 semanas

Asignatura	Profesor responsable (R) Profesor suplente (S)	Evaluación: 2ª convocatoria ordinaria	
Estadística I	Blanco Alonso, Pilar (R) Vallejo Pascual, Mª Eva (S)	4-jul	10:00 h
Derecho Empresarial	Díaz Gómez, Elicio (R) González Rodríguez, Iván A. (S)	1-jul	10:00 h
Inglés en Marketing	Rodríguez de Lera, Juan Ramón (R) Lanero Fernández, Juan J. (S)	23-jun	10:00 h
Microeconomía	García Blanco, Marta (R) Salvador Chamorro, Ana (S)	27-jun	10:00 h
Técnicas Cualitativas de Investigación de Mercados	Sahelices Pinto, César (R) Sulé Alonso, Mª Aránzazu (S)	29-jun	10:00 h

**GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

**CURSO 2º**

**1º SEMESTRE**

**Aula 5**

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
15:00-16:00 Grupos B3	Economía Española y Mundial	Comportamiento del Consumidor (*)	Informática en Marketing (Aulas 13 y 14)	Estadística II (Aula 14)	Dirección de Operaciones
16:00-17:00 Grupos B3	Economía Española y Mundial	Comportamiento del Consumidor	Informática en Marketing (Aulas 1 y 143)	Estadística II (Aula 14)	Dirección de Operaciones
17:00-18:30	Economía Española y Mundial	Comportamiento del Consumidor	Informática en Marketing	Estadística II	Dirección de Operaciones
18:30-20:00	Dirección de Operaciones	Estadística II	Economía Española y Mundial	Comportamiento del Consumidor	Informática en Marketing (Aulas 13 y 14)

(\*) El desdoble de los Grupos B3 se realizará durante 9 semanas

Asignatura	Profesor responsable (R) Profesor suplente (S)	Evaluación: 2ª convocatoria ordinaria (febrero)	
Comportamiento del Consumidor	González Fernández, Ana Mª (R) Hidalgo Alcázar, Mª Carmen (S)	11	16:00 h
Dirección de Operaciones	García Ramos, Constantino (R) Miguel Dávila, José Ángel (S)	4	16:00 h
Economía Española y Mundial	Hidalgo González, Cristina (R) Buendía García, Luis (S)	2	16:00 h
Estadística II	Ceballos Roa, Pablo (R) Huerga Castro, Carmen (S)	9	16:00 h
Informática en Marketing	Calderita Estévez, Luis Vicente (R) Cuervo Fernández, Eva Mª (S)	7	16:00 h

**Curso 2º**

**2º Semestre**

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
15:00-16:00 Grupos B3	Habilidades Directivas (*)	Estadística Avanzada I (aula 13)	Técnicas Cuantitativas Investigación de Mercados (*)	Dirección Estratégica	
16:00-17:00 Grupos B3	Habilidades Directivas	Estadística Avanzada I (aula 13)	Técnicas Cuantitativas Investigación de Mercados	Dirección Estratégica	Derecho de la Competencia
17:00-18:30	Habilidades Directivas Estadística Avanzada I (aula 13)	Estadística Avanzada I	Técnicas Cuantitativas Investigación de Mercados	Dirección Estratégica	Derecho de la Competencia
18:30-20:00	Estadística Avanzada I	Derecho de la Competencia	Dirección Estratégica	Técnicas Cuantitativas Investigación de Mercados	Habilidades Directivas

(\*) El desdoble de los Grupos B3 se realizará durante 9 semanas

Asignatura	Profesor responsable (R) Profesor suplente (S)	Evaluación: 2ª convocatoria ordinaria	
Derecho de la Competencia	Díaz Gómez, Elicio (R) González Rodríguez, Iván A. (S) Miguélez del Río, Carlos (col.)	29-jun	16:00 h
Dirección Estratégica	Cabeza García, Laura (R) Jiménez Parra, Beatriz (S)	1-jul	16:00 h
Estadística Avanzada I	Álvarez Esteban, Ramón (R) Abad González, Julio (S)	23-jun	16:00 h
Habilidades Directivas	Muñoz Doyague, Mª F. (R) Godos Díez, José Luis (S)	4-jul	16:00 h
Técnicas Cuantitativas de Investigación de Mercados	Sahelices Pinto, César (R) Sulé Alonso, Mª Aranzazú (S)	27-jun	16:00 h

## GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

### CURSO 3<sup>a</sup>

### 1º SEMESTRE

### Aula 15

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:30	Aplicaciones de Investigación de Mercados	Marketing de Promoción Comercial	Estadística Avanzada II	Estadística Avanzada II	Marketing de Productos y Precios
10:30-12:00	Decisiones Financieras	Marketing de Productos y Precios	Decisiones Financieras	Aplicaciones de Investigación de Mercados	Marketing de Promoción Comercial
12:00-13:00 Grupos B3	Decisiones Financieras	Marketing de Productos y Precios	Estadística Avanzada II	Aplicaciones de Investig. de Mercados	Marketing de Promoción Comercial
13:00-14:00 Grupos B3	Estadística Avanzada II			Aplicaciones de Investig. de Mercados (*)	Marketing de Promoción Comercial (*)

(\*) El desdoble de los Grupos B3 se realizará durante 9 semanas

Asignatura	Profesor responsable (R) Profesor suplente (S)	Evaluación: 2ª convocatoria ordinaria (febrero)	
Aplicaciones de Investigación de Mercados	Cervantes Blanco, Miguel (R) Sahelices Pinto, César (S)	3	10:00 h
Decisiones Financieras	Tascón Fernández, M <sup>a</sup> Teresa (R) Feito Ruiz, Isabel (S)	11	12:00 h
Estadística Avanzada II	Abad González, Julio (R) Álvarez Esteban, Ramón (S)	8	10:00 h
Marketing de Productos y Precios	Vázquez Burguete, José Luis (R) Gutiérrez Rodríguez, Pablo (S)	10	10:00 h
Marketing de Promoción Comercial	Cervantes Blanco, Miguel (R) Hidalgo Alcázar, M <sup>a</sup> Carmen (S)	4	12:00 h

### Curso 3º

### 2º SEMESTRE

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-10:30	Sistemas de Información Contable (Aula 13)	Investigación de Mercados Cross-Cultural	Contabilidad Analítica	Marketing de Distribución Comercial	
10:30-12:00	Sistemas de Información Contable (Aula 13)		Marketing de Distribución Comercial	Contabilidad Analítica	Investigación de Mercados Cross-Cultural
12:00-13:00 Grupos B3	Sistemas de Información Contable (Aula 13)		Marketing de Distribución Comercial	Contabilidad Analítica	Investigación de Mercados Cross-Cultural
13:00-14:00 Grupos B3				Contabilidad Analítica (*)	

(\*) El desdoble de los Grupos B3 se realizará durante 9 semanas

**En el segundo semestre del 3º curso el alumno debe cursar una asignatura optativa. La oferta de todas las asignaturas optativas y su horario puede consultarse en el ANEXO**

Asignatura	Profesor responsable (R) Profesor suplente (S)	Evaluación: 2ª convocatoria ordinaria	
Contabilidad Analítica	Mendaña Cuervo, Cristina (R) López González, Enrique (S)	28-jun	10:00 h
Investigación de Mercados Cross-Cultural	Rodríguez Santos, Carmen (R) Lanero Carrizo, Ana (S)	23-jun	12:00 h
Marketing de Distribución Comercial	Muñiz Martínez, Norberto (R) Cervantes Blanco, Miguel (S)	1-jul	12:00 h
Sistemas de Información Contable	López González, Enrique (R) Mendaña Cuervo, Cristina (S)	30-jun	10:00 h



**GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

**CURSO 4º**

**1º SEMESTRE**

**Aula 15**

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00-17:00 Grupos B3	Dirección de Ventas	Marketing Estratégico	Publicidad	Marketing en Sectores Emergentes	
17:00-18:30	Dirección de Ventas	Marketing Estratégico	Publicidad	Marketing en Sectores Emergentes	
18:30-20:00	Marketing Estratégico	Publicidad	Dirección de Ventas		Marketing en Sectores Emergentes

En el primer semestre del 4º curso el alumno debe cursar una asignatura optativa.  
La oferta de todas las asignaturas optativas y su horario puede consultarse en el ANEXO

Asignatura	Profesor responsable (R) Profesor suplente (S)	Evaluación: 2ª convocatoria ordinaria (febrero)	
Dirección de Ventas	Muñiz Martínez, Norberto (R) Sulé Alonso, M. Aránzazu (S)	3	16:00 h
Marketing Estratégico	Vázquez Burguete, José Luis (R) Lanero Carrizo, Ana (S)	8	16:00 h
Marketing en Sectores Emergentes	Centeno Mielgo, José Mario (R) Rodríguez Santos, Carmen (S)	9	18:00 h
Publicidad	Fuentes Fernández, Rosana (R) Gutiérrez Rodríguez, Pablo (S)	10	16:00 h

**ANEXO - OPTATIVAS 1º SEMESTRE**

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
09:00-10:30					
10:30-12:00			Marketing Agroalimentario (Aula 10)		Marketing Agroalimentario (Aula 10)
12:00-13:00			Marketing Agroalimentario (Aula 10)		

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00-17:00					Marketing del Sector Público (Aula 15)
17:00-18:30					Marketing del Sector Público (Aula 15)
18:30-20:00				Marketing del Sector Público (Aula 15)	

Asignaturas Optativas 1º Semestre	Profesor responsable (R) Profesor suplente (S)	Evaluación: 2ª convocatoria ordinaria (febrero)	
Marketing Agroalimentario	Sulé Alonso, M. Aránzazu (R) Muñiz Martínez, Norberto (S)	7	12:00 h
Marketing del Sector Público	Hidalgo Alcázar, Carmen (R) Gutiérrez Rodríguez, Pablo (S)	2	18:00 h

## GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

### CURSO 4º - 2º SEMESTRE - OPTATIVAS

En el segundo semestre del 4º curso el alumno puede cursar tres asignaturas optativas, pudiendo sustituir un máximo de dos por prácticas curriculares.  
La oferta de todas las asignaturas optativas y su horario puede consultarse en el ANEXO

### ANEXO - OPTATIVAS 2º SEMESTRE

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
09:00-10:30		Análisis de Proyectos de Inversión y Financiación (Seminario 144)	Marketing Avanzado (Aula 3)		Creación de Empresas e Innovación (Aula 125) Marketing Turístico (Aula 15)
10:30-12:00	Marketing Avanzado (Aula 15)	Creación de Empresas e Innovación (Aula 125) Marketing Turístico (Aula 15)	Análisis de Proyectos de Inversión y Financiación (Seminario 144) Análisis Económico Europeo (Aula 125)	Análisis Económico Europeo (Aula 125)	
12:00-13:00	Marketing Avanzado (Aula 15)	Creación de Empresas e Innovación (Aula 125) Marketing Turístico (Aula 15)	Análisis de Proyectos de Inversión y Financiación (Seminario 144)	Análisis Económico Europeo (Aula 125)	

#### TARDE - Aula 15

16:00-17:00	Investigación de Mercados Experimental			Recursos Comunicativos en Idioma	
17:00-18:30	Investigación de Mercados Experimental		Recursos Comunicativos en Idioma	Recursos Comunicativos en Idioma	
18:30-20:00		Investigación de Mercados Experimental			

Asignaturas Optativas 2º Semestre	Profesor responsable (R) Profesor suplente (S)	Evaluación: 2ª convocatoria ordinaria	
Análisis Económico Europeo	González Rabanal, Nuria (R) Álvarez Folgueras, Cristina (S)	27-jun	12:00 h
Análisis de Proyectos de Inversión y Financiación	Castro Castro, Paula (R) Castaño Gutiérrez, Fco.Javier (S)	30-jun	12:00 h
Investigación de Mercados Experimental	Cervantes Blanco, Miguel (R) González Fernández, Ana Mª (S)	30-jun	16:00 h
Marketing Avanzado	Muñiz Martínez, Norberto (R) Cervantes Blanco, Miguel (S)	28-jun	12:00 h
Creación de Empresas e Innovación	Alonso Martínez, Daniel (R) Acedo Carmona, Cristina F. (S)	4-jul	12:00 h
Marketing Turístico	González Fernández, Ana Mª (R) Cervantes Blanco, Miguel (S)	29-jun	12:00 h
Recursos Comunicativos en Idioma	Lanero Fernández, Juan J. (R) Pérez Blanco, María (S)	28-jun	16:00 h