



GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

CURSO 1º

1º SEMESTRE

Aula 5

	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 (aula 13)
13:00-14:00 Grupos B3	Matemáticas (*)	Fundamentos Administración de Empresas (*)		Macroeconomía (*)	Fundamentos de Marketing (*) (aula 13)

(*) 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)	3	10:00 h
Fundamentos de Administración de Empresas	Ramos López, Mª Azucena (R) Martínez Campillo, Almudena (S)	30-enero	10:00 h
Fundamentos de Marketing	Lanero Carrizo, Ana (R) Sahelices Pinto, César (S)	8	10:00 h
Macroeconomía	González Socorro, Pablo (R) García Arias, Jorge (S)	1	10:00 h
Matemáticas	Muñoz Castaneda, Ángel Luis (R) Suárez Corona, Adriana (S)	6	10:00 h

CURSO 1º

2º SEMESTRE

Aula 5

	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 (junio)	
Estadística I	Blanco Alonso, Pilar (R) Delgado Márquez, Elvira (S)	23	10:00 h
Derecho Empresarial	Díaz Gómez, Elicio (R) González Rodríguez, Iván A. (S)	26	10:00 h
Inglés en Marketing	Rodríguez de Lera, Juan Ramón (R) Lanero Fernández, Juan J. (S)	28	10:00 h
Microeconomía	Díez Modino, José Manuel (R) Barrado Vicente, Beatriz (S)	30	10:00 h
Técnicas Cualitativas de Investigación de Mercados	Sahelices Pinto, César (R) Sulé Alonso, Mª Aránzazu (S)	22	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 (aula 14)	Estadística II (aula 14)	Dirección de Operaciones
16:00-17:00 Grupos B3	Economía Española y Mundial	Comportamiento del Consumidor	Informática en Marketing (aula 14)	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 13-14)

(*) 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) González Gutiérrez, Laura (S)	6	16:00 h
Dirección de Operaciones	Guzmán Goyanes, Javier (R) García Ramos, Constantino (S)	3	16:00 h
Economía Española y Mundial	Hidalgo González, Cristina (R) Buendía García, Luis (S)	1	16:00 h
Estadística II	Ceballos Roa, Pablo (R) Huerga Castro, Carmen (S)	8	16:00 h
Informática en Marketing	Cuervo Fernández, Eva Mª (R) Gómez Camus, Alfonso Javier (S)	30 enero	16:00 h

Curso 2º

2º Semestre

Aula 5

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
15:00-16:00 Grupos B3	Habilidades Directivas (*)	Estadística Avanzada I (Aula 14)	Técnicas Cuantitativas Investigación de Mercados (*)	Dirección Estratégica	
16:00-17:00 Grupos B3	Habilidades Directivas	Estadística Avanzada I (Aula 14)	Técnicas Cuantitativas Investigación de Mercados	Dirección Estratégica	Derecho de la Competencia
17:00-18:30	Habilidades Directivas Estadística Avanzada I (Aula 14)	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 (junio)	
Derecho de la Competencia	Díaz Gómez, Elicio (R) González Rodríguez, Iván A. (S) Díaz Gómez, Mª Angustias (col.)	22	16:00 h
Dirección Estratégica	Cabeza García, Laura (R) Jiménez Parra, Beatriz (S)	28	16:00 h
Estadística Avanzada I	Álvarez Esteban, Ramón (R) Abad González, Julio (S)	26	16:00 h
Habilidades Directivas	Fernández González, Álvaro (R) Muñoz Doyague, Mª F. (S)	23	16:00 h
Técnicas Cuantitativas de Investigación de Mercados	Sahelices Pinto, César (R) Sulé Alonso, Mª Aranzazú (S)	30	16:00 h

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

CURSO 3^a

1º SEMESTRE

Aula 15

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

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

(**) Desdoble de los Grupos B3

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)	2	10:00 h
Decisiones Financieras	Feito Ruiz, Isabel (R) Tascón Fernández, M ^a Teresa (S)	3	12:00 h
Estadística Avanzada II	Abad González, Julio (R) Álvarez Esteban, Ramón (S)	7	10:00 h
Marketing de Productos y Precios	Vázquez Burguete, José Luis (R) Gutiérrez Rodríguez, Pablo (S)	9	10:00 h
Marketing de Promoción Comercial	Cervantes Blanco, Miguel (R) Santos Granda, Sara (S)	31-enero	10:00 h

Curso 3º

2º SEMESTRE

Aula 15

	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 (junio)	
Contabilidad Analítica	Mendaña Cuervo, Cristina (R) López González, Enrique (S)	29	10:00 h
Investigación de Mercados Cross-Cultural	Rodríguez Santos, Carmen (R) Lanero Carrizo, Ana (S)	26	12:00 h
Marketing de Distribución Comercial	Muñiz Martínez, Norberto (R) Cervantes Blanco, Miguel (S)	23	12:00 h
Sistemas de Información Contable	López González, Enrique (R) Mendaña Cuervo, Cristina (S)	30	12:00 h



GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

CURSO 4º

1º SEMESTRE

Aula 15

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
16:00-17:00	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	Martínez Alonso, Alfonso (R) Muñiz Martínez, Norberto (S)	2	16:00 h
Marketing Estratégico	Vázquez Burguete, José Luis (R) Abril Pérez, David (S)	7	16:00 h
Marketing en Sectores Emergentes	Centeno Mielgo, José Mario (R) Rodríguez Santos, Carmen (S)	31 enero	16:00 h
Publicidad	Fuentes Fernández, Rosana (R) Gutiérrez Rodríguez, Pablo (S)	9	16:00 h

ANEXO - OPTATIVAS 1º SEMESTRE

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

	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	González Gutiérrez, Laura (R) Sulé Alonso, M. Aránzazu (S)	30 enero	12:00 h
Marketing del Sector Público	Santos Granda, Sara (R) Gutiérrez Rodríguez, Pablo (S)	10	16:00 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			Marketing Avanzado (aula 4)		Creación de Empresas e Innovación (aula 6) Marketing Turístico (aula 15)
10:30-12:00	Marketing Avanzado (aula 15)	Creación de Empresas e Innovación (aula 6) Marketing Turístico (aula 15)	Análisis Económico Europeo (aula 6)	Análisis Económico Europeo (aula 6)	
12:00-13:00	Marketing Avanzado (aula 15)	Creación de Empresas e Innovación (aula 6) Marketing Turístico (aula 15)		Análisis Económico Europeo (aula 6)	

16:00-17:00	Investigación de Mercados Experimental (aula 12)			Análisis de Proyectos de Inversión y Financiación (aula 11)	
17:00-18:30	Investigación de Mercados Experimental (aula 12)		Análisis de Proyectos de Inversión y Financiación (aula 11)	Análisis de Proyectos de Inversión y Financiación (aula 11)	
18:30-20:00		Investigación de Mercados Experimental (aula 12)			

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)	28	12:00 h
Investigación de Mercados Experimental	Cervantes Blanco, Miguel (R) González Fernández, Ana Mª (S)	29	16:00 h
Marketing Avanzado	Muñiz Martínez, Norberto (R) Cervantes Blanco, Miguel (S)	27	10:00 h
Creación de Empresas e Innovación	Alonso Martínez, Daniel (R) Muñoz Doyague, María F. (S)	29	12:00 h
Marketing Turístico	González Fernández, Ana Mª (R) Cervantes Blanco, Miguel (S)	22	12:00 h
Análisis de proyectos de inversión y financiación	Castro Castro, Paula (R) Castaño Gutiérrez, Francisco J. (S)	27	16:00 h