

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
HORARIOS CURSO ACADÉMICO 2022/2023

CUARTO CURSO

PRIMER CUATRIMESTRE

| COD | ASIGNATURAS 1º CUATRIMESTRE | DPTO. |
|-----|---|---------|
| CC | 1800032 - Comportamiento del Consumidor | A. EMP. |
| CE | 1800033 - Creación de Empresas | A. EMP. |
| MS | 1800037 - Marketing de Servicios | A. EMP. |
| RJM | 1800047 - Régimen Jurídico del Mercado | Dº M. |

Todas las Menciones:

| | | |
|------|-----------------------------------|---------|
| MIND | 1800038 - Marketing Industrial | A. EMP. |
| MI | 1800039 - Marketing Internacional | A. EMP. |

Mención en Marketing Digital

| | | |
|----|----------------------------|---------|
| MO | 1800052 - Marketing Online | A. EMP. |
|----|----------------------------|---------|

CON ASTERISCO (*) LAS ASIGNATURAS QUE SE IMPARTEN EN EL AULA DE INFORMÁTICA

| HORARIO | GRUPO M1 | | | | |
|-------------|---------------------------|-----|------|----------------------|----------------------|
| | Aula: 46 Capacidad: 84 | | | | |
| | L | M | X | J | V |
| 9:30-11:30 | MIND | CE | MIND | CE | CC* (10:00-11:30) |
| 11:30-13:30 | MS | RJM | MS | CC* (11:30-13:00) | RJM |
| 13:30-15:30 | MI | | MI | | |

| HORARIO | GRUPO T2 | | | | |
|-------------|---------------------------|-----|-----|----------------------|----------------------|
| | Aula: 46 Capacidad: 84 | | | | |
| | L | M | X | J | V |
| 16:00-18:00 | MO* | CE | MO* | CE | CC* (16:30-18:00) |
| 18:00-20:00 | MS | RJM | MS | CC* (18:00-19:30) | RJM |

| HORARIO | Desdoble M1 Comportamiento del Consumidor | | | | |
|-------------|---|---|---|---|-------------------------------|
| | Aula: TIC S.1 Capacidad: 32 | | | | |
| | L | M | X | J | V |
| 9:30-11:30 | | | | | Desdoble CC* (9:00-10:00) |
| 11:30-13:30 | | | | | Desdoble CC* (13:00-14:00) |

| HORARIO | Desdoble T2 Comportamiento del Consumidor | | | | |
|-------------|---|---|---|---|-------------------------------|
| | Aula: TIC S.1 Capacidad: 32 | | | | |
| | L | M | X | J | V |
| 16:00-18:00 | | | | | Desdoble CC* (15:30-16:30) |
| 18:00-20:00 | | | | | Desdoble CC* (19:30-20:30) |

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
HORARIOS CURSO ACADÉMICO 2022/2023

CUARTO CURSO

SEGUNDO CUATRIMESTRE

| COD | ASIGNATURAS 2º CUATRIMESTRE | DPTO. |
|-------------------------------------|--|----------|
| Mención en Gestión Comercial | | |
| GF | 1800035 - Gestión de Franquicias | A. EMP. |
| M | 1800041 - Merchandising | A. EMP. |
| PGP | 1800045 - Planificación y Gestión de Precios | A. EMP. |
| GMNP | 1800036 - Gestión de Marcas y Nuevos Productos | A. EMP. |
| MYEN | 1800040 - Marketing y Ética en los Negocios | A. EMP. |
| Mención en Marketing Digital | | |
| DNE | 1800050 - Diseño de Negocio Electrónico | E. FRA. |
| CD | 1800049 - Comunicación Digital | A. EMP. |
| MYEN | 1800040 - Marketing y Ética en los Negocios | A. EMP. |
| Mención en Marketing Digital | | |
| AEM | 1800051 - Análisis Económico de los Mercados | A. ECON. |
| TM | 1800053 - Técnicas Multivariantes en Investigación de Mercados | A. I. |
| ICBD | 1800057 - Investigación Cualitativa y Análisis Big Data en Entornos Com. | A. I. |
| MYEN | 1800040 - Marketing y Ética en los Negocios | A. EMP. |

CON ASTERISCO (*) LAS ASIGNATURAS QUE SE IMPARTEN EN EL AULA DE INFORMÁTICA

| HORARIO | GRUPO M1 | | | | |
|-------------|-----------------------------|------|------|------|------|
| | Aula: 25 Capacidad: 70+2 | | | | |
| | L | M | X | J | V |
| 9:30-11:30 | GF | MYEN | GF | MYEN | GMNP |
| 11:30-13:30 | PGP | M | GMNP | PGP | M |

| HORARIO | AULA OPTATIVAS 1 | | | | |
|-------------|-----------------------------|------|-------|------|-----|
| | Aula: 25 Capacidad: 70+2 | | | | |
| | L | M | X | J | V |
| 16:00-18:00 | ICBD* | DNE* | ICBD* | DNE* | AEM |
| 18:00-20:00 | TM* | CD* | AEM | TM* | CD* |

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS SIN MENCIÓN (30 créditos)

Módulo de Optatividad-18 créditos (elegir 3 asignaturas de entre las siguientes)

| |
|--|
| Análisis Económico de los Mercados |
| Comunicación Digital |
| Diseño de Negocio Electrónico |
| Gestión de Franquicias |
| Gestión de Marcas y Nuevos Productos |
| Investigación Cualitativa y Análisis Big Data en Entornos Comerciales |
| Marketing Industrial |
| Marketing Internacional |
| Marketing Online |
| Marketing y Ética en los Negocios |
| Merchandising |
| Planificación y Gestión de Precios |
| Técnicas Multivariantes en Investigación de Mercados |
| Módulo de Proyección Profesional-12 créditos (elegir Prácticas en Empresas o 2 asignaturas) |
| Prácticas en Empresas |
| Asignaturas sustitutivas de las Prácticas en Empresas: 2 asignaturas cualesquiera del Módulo de Optatividad (distintas de las seleccionadas anteriormente). |

CUADRO DE MENCIONES

Mención: Gestión Comercial (30 créditos)

Para obtener la mención, se deben realizar 3 asignaturas vinculantes y 2 asignaturas optativas recomendadas o las Prácticas en Empresas.

Optativas Vinculantes (elegir 3 de 4)

| |
|---|
| Planificación y Gestión de Precios |
| Merchandising |
| Gestión de Franquicias |
| Gestión de Marcas y Nuevos Productos |
| Asignaturas Optativas Recomendadas (elegir 2) o Prácticas en Empresas. |
| Marketing Internacional |
| Marketing Industrial |
| Marketing y Ética en los Negocios |
| Asignatura del bloque de optativas vinculantes no seleccionada |

Mención: Marketing Digital (30 créditos)

Para obtener la mención se deben realizar las 3 optativas vinculantes y 2 asignaturas optativas recomendadas o las Prácticas en Empresas.

Optativas Vinculantes (3 asignaturas obligatorias para la mención)

| |
|---|
| Diseño de Negocio Electrónico |
| Marketing Online |
| Comunicación Digital |
| Asignaturas Optativas Recomendadas (elegir 2) o Prácticas en Empresas. |
| Marketing Internacional |
| Marketing Industrial |
| Marketing y Ética en los Negocios |

Mención: Análisis Cuantitativo y Cualitativo en Marketing (30 créditos)

Para obtener la mención se deben realizar las 3 optativas vinculantes y 2 asignaturas optativas recomendadas o las Prácticas en Empresas.

Optativas Vinculantes (3 asignaturas obligatorias para la mención)

| |
|---|
| Análisis Económico de los Mercados |
| Técnicas Multivariantes en Investigación de Mercados |
| Investigación Cualitativa y Análisis Big Data en Entornos Comerciales |
| Asignaturas Optativas Recomendadas (elegir 2) o Prácticas en Empresas. |
| Marketing Internacional |
| Marketing Industrial |
| Marketing y Ética en los Negocios |