



GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

DISTRIBUCION DE AULAS SEGUNDO SEMESTRE CURSO 2016-17

CURSO	AULA	TURNO
1º A	0.4	MAÑANA
1º B	0.8	MAÑANA
1º C	0.9	MAÑANA
1º D	2.17	MAÑANA
1º E	0.4	TARDE
2º A	3.22	MAÑANA
2º B	3.23	MAÑANA
2º C	0.5	MAÑANA
2º D	0.6	MAÑANA
2º E	0.8	TARDE
3º A	1.05	MAÑANA
3º B	1.11	MAÑANA
3º C	2.15	MAÑANA
3º D	0.9	TARDE

ASIGNATURAS OPTATIVAS 2º SEMESTRE

ASIGNATURA	TURNO	AULA
ECONOMETRIA	Mañana	2.19
DERECHO DE CONSUMIDORES	Mañana	2.20
DIRECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y OPERACIONES	Mañana	2.20
GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	Mañana	0.1 B
COMERCIO ELECTRÓNICO	Mañana	0.1 B
	Tarde	0.6
MERCHANDISING	Mañana	1.11
	Tarde	0.6
INGLES APLICADO A LAS TCAS. DE MERCADO	Mañana	0.1 B
	Tarde	0.9
INVESTIGACIÓN CUALITATIVA	Mañana	1.11
	Tarde	0.6
PSICOLOGIA ECONÓMICA	Mañana	0.1 B
	Tarde	0.6