



## GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

### Distribución de aulas

**Segundo semestre curso 2025-26**

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	0.8	TARDE
2º A	0.6	MAÑANA
2º B	2.20	MAÑANA
2º C	3.22	MAÑANA
2º D	1.11	MAÑANA
2º E	0.4	TARDE
2º F <sup>(1)</sup>	2.15	MAÑANA
3º A <sup>(2)</sup>	0.5	MAÑANA
3º B <sup>(2)</sup>	3.23	MAÑANA
3º C <sup>(2)</sup>	1.05	MAÑANA
3º D <sup>(2)</sup>	0.9	TARDE

<sup>(1)</sup> Grupo en inglés para las asignaturas “Análisis Económico II” y “Régimen Jurídico de Marcas, Marketing y Publicidad”

<sup>(2)</sup> “Investigación de Mercados II” se impartirá en aulas de informática.



## OPTATIVAS 2º SEMESTRE 2025-26

ASIGNATURA	AULA	TURNO
DIRECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y OPERACIONES	<b>0.5</b>	MAÑANA
ECONOMETRÍA	<b>TIC</b>	MAÑANA
GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	<b>3.23</b>	MAÑANA
INGLES APLICADO A LA ECONOMÍA Y LAS TECNICAS DE MERCADO Grupo A	<b>0.1A</b>	MAÑANA
INGLES APLICADO A LA ECONOMÍA Y LAS TECNICAS DE MERCADO Grupo B	<b>1.05</b>	TARDE
INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Grupo A	<b>0.1B</b>	MAÑANA
INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Grupo B	<b>0.1D</b>	TARDE
MERCHANDISING Grupo A	<b>3.23</b>	MAÑANA
MERCHANDISING Grupo B	<b>0.9</b>	TARDE
COMERCIO ELECTRÓNICO Grupo A	<b>0.1B</b>	MAÑANA
COMERCIO ELECTRÓNICO Grupo B	<b>0.5</b>	TARDE
DERECHO DE CONSUMIDORES	<b>0.3</b>	TARDE
PSICOLOGÍA ECONÓMICA Y DEL CONSUMIDOR Grupo A	<b>0.1B</b>	MAÑANA
PSICOLOGÍA ECONÓMICA Y DEL CONSUMIDOR Grupo B	<b>0.5</b>	TARDE