

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 ⁽¹⁾	2.15	MAÑANA
3º A ⁽²⁾	0.5	MAÑANA
3º B ⁽²⁾	3.23	MAÑANA
3º C ⁽²⁾	1.05	MAÑANA
3º D ⁽²⁾	0.9	TARDE

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

⁽²⁾ “Investigación de Mercados II” se impartirá en aulas de informática.

OPTATIVAS 2º SEMESTRE 2025-26

ASIGNATURA	AULA	TURNO
DIRECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y OPERACIONES	2.15	MAÑANA
ECONOMETRÍA	TIC	MAÑANA
GESTION DEL CONOCIMIENTO	3.23	MAÑANA
INGLES APLICADO A LA ECONOMÍA Y LAS TECNICAS DE MERCADO Grupo A	0.1A	MAÑANA
INGLES APLICADO A LA ECONOMÍA Y LAS TECNICAS DE MERCADO Grupo B	1.05	TARDE
INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Grupo A	0.1B	MAÑANA
INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Grupo B	0.1D	TARDE
MERCHANDISING Grupo A	3.23	MAÑANA
MERCHANDISING Grupo B	0.9	TARDE
COMERCIO ELECTRÓNICO Grupo A	0.1B	MAÑANA
COMERCIO ELECTRÓNICO Grupo B	0.5	TARDE
DERECHO DE CONSUMIDORES	0.3	TARDE
PSICOLOGÍA ECONÓMICA Y DEL CONSUMIDOR Grupo A	0.1B	MAÑANA
PSICOLOGÍA ECONÓMICA Y DEL CONSUMIDOR Grupo B	0.5	TARDE