

Grado de Marketing e Investigación de Mercados (MIM)

Curso 2020-2021

VICEDECANATO DE ORDENACIÓN ACADÉMICA. HORARIOS APROBADOS POR JUNTA DE FACULTAD 25/02/2020

MIM 4º					
Semestre: 1º					
MIM	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
8-9					
9-10					
10-11	Integración Comercial Internacional	Integración Comercial Internacional	Integración Comercial Internacional	Integración Comercial Internacional	Integración Comercial Internacional
11-12	Dirección Estratégica	Dirección Estratégica	Dirección Estratégica	Dirección Estratégica	Dirección Estratégica
12-13	Estrategia de Marketing	Estrategia de Marketing	Estrategia de Marketing	Estrategia de Marketing	Estrategia de Marketing
13-14	Análisis Cualitativo de la Investigación de Mercados Economía Industrial	Análisis Cualitativo de la Investigación de Mercados Economía Industrial	Análisis Cualitativo de la Investigación de Mercados Economía Industrial	Análisis Cualitativo de la Investigación de Mercados Economía Industrial	Análisis Cualitativo de la Investigación de Mercados Economía Industrial
14-15					
15-16		Herramientas de Marketing Digital		Herramientas de Marketing Digital	Herramientas de Marketing Digital
16-17		Herramientas de Marketing Digital		Herramientas de Marketing Digital	
17-18					
18-19					
19-20					
20-21					
21-22					

Asignatura	Aula	Grado	Profesor
Dirección Estratégica	Aulario 15	MIM (OB)	Victor Hermano Rebolledo
Estrategia de Marketing	Aulario 15	MIM (OB)	Javier Rodríguez Pinto
Análisis Cualitativo de la Investigación de Mercados	C4	MIM	Ricardo Jiménez Aboitiz
Economía Industrial	C5	MIM	Carmen García Prieto
Herramientas de Marketing Digital	B3	MIM	Rebeca San José Cabezudo
Integración Comercial Internacional	C4	MIM	Luis Fernando Lobejón Herrero

* ANTES DE PROCEDER A LA MATRÍCULA DE LAS ASIG. OPTATIVAS QUE SON ASIG. OBLIGATORIAS EN OTROS CURSOS DE DIFERENTES GRADOS, EL ALUMNO DEBE COMPROBAR LOS HORARIOS PARA EVITAR SOLAPAMIENTOS EN LAS HORAS

** AVISO IMPORTANTE: SI CERRADA LA MATRÍCULA DE UNA ASIGNATURA, EL Nº DE ALUMNOS NO LLEGA AL MÍNIMO EXIGIDO POR EL RECTORADO PARA SU IMPARTICIÓN, EL PROFESOR PUEDE RETIRARLA DE LA OFERTA

*** AVISO IMPORTANTE: Con la modificación del plan de estudios del Grado en MIM que se pone en marcha este curso, Marketing Digital ha pasado a ser una asignatura obligatoria de 3º. De manera excepcional para el curso 2020/21, Marketing Digital también se sigue ofreciendo como asignatura optativa para aquellos estudiantes de último año que estén interesados en cursarla, habiendo plazas limitadas y teniendo que tramitar su matrícula directamente en la Secretaría Administrativa de la Facultad. El horario, el proyecto docente y las fechas de examen serán los de la asignatura Marketing Digital obligatoria de 3º.

Semestre: 2º / 4º curso de MIM					
MIM	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
8-9		Economía del Consumo y la Demanda		Economía del Consumo y la Demanda	Economía del Consumo y la Demanda
9-10		Economía del Consumo y la Demanda		Economía del Consumo y la Demanda	
10-11	Creación de Empresas	Creación de Empresas	Creación de Empresas	Creación de Empresas	Creación de Empresas
11-12	Investigación de la Opinión Pública	Investigación de la Opinión Pública	Investigación de la Opinión Pública	Investigación de la Opinión Pública	Investigación de la Opinión Pública
		Muestreo y Fuentes Estadísticas		Muestreo y Fuentes Estadísticas	
12-13		Muestreo y Fuentes Estadísticas		Muestreo y Fuentes Estadísticas	Muestreo y Fuentes Estadísticas
	Responsabilidad Social y Gobierno de la Empresa		Responsabilidad Social y Gobierno de la Empresa		Responsabilidad Social y Gobierno de la Empresa
	Responsabilidad Social y Gobierno de la Empresa		Responsabilidad Social y Gobierno de la Empresa		Responsabilidad Social y Gobierno de la Empresa
13-14	Regimen Jurídico de la Distribución Comercial	Regimen Jurídico de la Distribución Comercial	Regimen Jurídico de la Distribución Comercial	Regimen Jurídico de la Distribución Comercial	Regimen Jurídico de la Distribución Comercial
		Análisis de Coyuntura		Análisis de Coyuntura	Análisis de Coyuntura
14-15		Análisis de Coyuntura		Análisis de Coyuntura	
15-16			Marketing en Áreas Específicas	Marketing en Áreas Específicas	Marketing en Áreas Específicas
16-17			Marketing en Áreas Específicas	Marketing en Áreas Específicas	Marketing en Áreas Específicas
17-18					
18-19					
19-20					
20-21					
21-22					

Asignatura	Aula	Grado	Profesor
Análisis de Coyuntura	B5	MIM	Mª Isabel Campos López
Economía del Consumo y la Demanda	B5	MIM	Inmaculada González Güemes
Investigación de la Opinión Pública	Aulario 24	MIM	Alfredo Hernández Sánchez
Muestreo y Fuentes Estadísticas	B5	MIM	J. Antonio Sanz Gómez
Regimen Jurídico de la Distribución Comercial	C5	MIM	Luisa María Esteban Ramos
Responsabilidad Social y Gobierno de la Empresa	Aulario 15	ADE	José Miguel Rodríguez Fernández / Pendiente de asignación
Marketing en Áreas Específicas	B5	MIM	Luis García Conde/ Marceliano Serrano Chamorro/ Elena Martín Guerra