



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

G
M
I
M

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADO

GUÍA DEL ESTUDIANTE



CURSO 2022-2023

ÍNDICE

1. Plan de estudios.....	3
1.1. Configuración del currículo del alumno.....	5
1.2. Información académica.....	5
1.3. Estructura del Plan de Estudios.....	6
2. Información Académica y Administrativa de especial interés para el estudiante.....	9
2.1. Plazos de Interés.....	11
2.2. Normas de Permanencia de la Universidad de Granada.....	11
2.3. Evaluación única final.....	12
2.4. Convocatorias.....	12
2.5. Compensación de asignatura.....	12
2.6. Reconocimientos.....	13
2.7. Asignatura Prácticas Externas.....	13
2.8 Trabajo Fin de Grado.....	14
2.9. Algunas Recomendaciones.....	15
3. Horarios.....	17
4. Convocatorias de exámenes.....	33

1. Plan de estudios

1.1. CONFIGURACIÓN DEL CURRÍCULUM DEL ALUMNO

Los planes de estudio de los títulos universitarios oficiales tienen unas directrices comunes como son el cómputo del haber académico por créditos, por una parte y, por otra, la ordenación de los contenidos de dichos planes en distintos bloques, que en el caso de los títulos de grado son los siguientes:

- **Materias básicas:** constituyen los conocimientos básicos y fundamentales de la rama de conocimiento a la que se adscribe el título. Estas materias se concretan en asignaturas de 6 créditos cada una y son ofertadas en la primera mitad del plan de estudios.
- **Materias obligatorias:** son los contenidos formativos determinados discrecionalmente por la Universidad en sus planes de estudios con la característica de ser obligatorios para el alumno.
- **Materias optativas:** son los contenidos formativos determinados discrecionalmente por la Universidad en sus planes de estudios con la característica de ser opcional para el alumno. Existe un amplio margen de optatividad en consonancia con los objetivos y competencias establecidas en cada título, como es atender la diversidad del alumnado a la hora de trazar sus propios itinerarios formativos.
- Además los alumnos de la titulación de Grado han de realizar un Trabajo de fin de grado. De acuerdo con los objetivos y contenidos establecidos en las materias de carácter obligatorio y formación básica, los estudiantes deberán realizar, defender y presentar un trabajo-memoria que suponga la aplicabilidad de los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas adquiridas a lo largo de la formación, y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional del perfil de estudios. Este trabajo se concretará por la presentación y defensa de un proyecto de fin de grado consistente en un ejercicio de integración de los contenidos formativos recibidos y las competencias adquiridas. Para poder inscribirse en el Trabajo Fin de Grado el alumno deberá cumplir los requisitos establecidos para cada título.
- **Prácticas Externas:** son un conjunto de actividades orientadas a un aprendizaje basado en la acción y la experiencia para permitir la adquisición e integración de destrezas y conocimientos. De acuerdo con los objetivos establecidos en los módulos, de carácter obligatorio y formación básica, los estudiantes deberán realizar las prácticas desarrollando las competencias específicas asociadas al título, adquiridas a lo largo de los cuatro años de estudios. Las prácticas deben permitir a los estudiantes, entre otras actividades, descubrir, analizar y comprender el contexto y los procesos de gestión en las organizaciones, instituciones y empresas. Las prácticas deben desarrollarse en instituciones y empresas que tengan convenios con la Universidad de Granada. Las Prácticas Externas tienen **carácter optativo (salvo para el Grado de Turismo, que tienen un carácter obligatorio)** y se realizarán durante el último curso del Grado. Para poder inscribirse en las prácticas el alumno deberá cumplir con los requisitos establecidos para cada título.
- **Idiomas:** En virtud de los Acuerdos adoptados por la Comisión Académica del Consejo Andaluz de Universidades, sobre contenidos comunes mínimos de las Enseñanzas de Grado, así como de la Circular de 10 de junio de 2010, de la Dirección General de Universidades de la Junta de Andalucía, **los estudiantes que cursen este Grado deberán acreditar, antes de la obtención del Título, la competencia lingüística en una lengua extranjera de nivel B1 o superior**, conforme al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.

1.2. INFORMACIÓN ACADÉMICA

Grado en Marketing e Investigación de Mercados (G.MIM)

Título de cuatro años que consta de 240 créditos ECTS (72 créditos ECTS de formación básica, 120 créditos ECTS de materias obligatorias, 6 de créditos ECTS de trabajo de fin de grado obligatorio, 42 créditos ECTS optativos).

Por lo que se refiere a los idiomas ha de acreditarse un nivel B1 de idioma extranjero para la obtención del título. La propia Universidad establecerá el sistema de acreditación.

Plazas ofertadas: 124

Salidas profesionales: Las principales salidas del graduado en Marketing son las de analista comercial, asesor y consultor en organizaciones lucrativas y no lucrativas del sector público como privado, docente e investigador, analista de mercados, director de comunicación, director de publicidad, director de logística, investigación de mercados, marketing directo, distribución comercial, etc. Otra salida profesional la constituye el trabajo en la Administración Pública y en el sistema educativo e investigación.

1.3. ESTRUCTURA DEL PLAN DE ESTUDIOS

En este apartado se presentan, en primer lugar, el resumen de materias y distribución en créditos ECTS del Grado en Marketing e Investigación de Mercados y, en segundo lugar, un cuadro con el esquema temporal del Plan de Estudios de dicha titulación.

RESUMEN DE LAS MATERIAS Y DISTRIBUCIÓN EN CRÉDITOS ECTS

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
Formación básica	72
Obligatorias	120
Optativas	42
Trabajo fin de Grado	6
CRÉDITOS TOTALES	240

En lo que respecta a la **optatividad**, el plan de estudios contempla la oferta de hasta 15 materias de 6 créditos cada una, más la posibilidad de realizar Prácticas Externas optativas (12 créditos). Esto supone una oferta total de optatividad de 102 créditos, de los cuales el alumno/a deberá cursar 42. Así, se deja un amplio margen de optatividad en consonancia con los objetivos y competencias establecidas en el título, en concreto, atender la diversidad del alumnado a la hora de trazar sus propios itinerarios formativos.

Con el objeto de favorecer la transversalidad entre distintos planes y que el estudiante participe en el diseño de su formación, podrá cursar la optatividad de entre la oferta de optativas de la propia titulación o elegir módulos completos de otras titulaciones que se oferten en la Universidad de Granada y, en particular, en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. No obstante, con vistas a favorecer la formación en materia de informática, los estudiantes podrán cursar no sólo el módulo completo, sino de forma independiente cualquier materia de Informática de las previstas en los Títulos de Finanzas y Contabilidad, Marketing e Investigación de Mercados y Turismo.

Los estudiantes podrán obtener reconocimiento académico en créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación hasta un máximo de 12 créditos del total del plan de estudios cursado.

Las **Prácticas Externas** tienen carácter optativo (12 créditos) y se realizarán durante el último curso del Grado. Para poder inscribirse en las prácticas externas el alumno deberá haber superado los 72 créditos ECTS de formación básica y 90 créditos ECTS de carácter obligatorio.

Para poder inscribirse en el **trabajo fin de grado** (6 créditos), de carácter obligatorio, el alumno deberá haber superado los 72 créditos ECTS de formación básica y 90 créditos ECTS de carácter obligatorio.

Por lo que se refiere a los **idiomas**, en virtud de los Acuerdos adoptados por la Comisión Académica del Consejo Andaluz de Universidades, sobre contenidos comunes mínimos de las Enseñanzas de Grado, así como de la Circular de 10 de junio de 2010, de la Dirección General de Universidades de la Junta de Andalucía, **los estudiantes que cursen este Grado deberán**

acreditar, antes de la obtención del Título, la competencia lingüística en una lengua extranjera de nivel B1 o superior, conforme al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas. Más información en: <http://grados.ugr.es/pages/acreditacion>.

ESTRUCTURA DEL GRADO POR CURSOS					
PRIMER CURSO					
PRIMER SEMESTRE	Carácter	CR.	SEGUNDO SEMESTRE	Carácter	CR.
Matemáticas	BAS	6	Introducción al Derecho	BAS	6
Fundamentos de Dirección y Administración de Empresas	BAS	6	Microeconomía	BAS	6
Introducción al Marketing	BAS	6	Historia del Desarrollo Económico Mundial Contemporáneo	BAS	6
Introducción a las Operaciones Financieras	BAS	6	Contabilidad General	BAS	6
Economía Política	BAS	6	Dirección Comercial I	OBL	6
Total		30	Total		30
SEGUNDO CURSO					
TERCER SEMESTRE	Carácter	CR.	CUARTO SEMESTRE	Carácter	CR.
Macroeconomía	BAS	6	Investigación de Mercados I	OBL	6
Técnicas Cuantitativas I	BAS	6	Técnicas Cuantitativas II	BAS	6
Dirección Comercial II	OBL	6	Distribución Comercial I	OBL	6
Dirección y Administración de Empresas	OBL	6	Comunicación Integrada de Marketing I	OBL	6
Economía Española y Mundial	OBL	6	Comportamiento del Consumidor	OBL	6
Total		30	Total		30
TERCER CURSO					
QUINTO SEMESTRE	Carácter	CR.	SEXTO SEMESTRE	Carácter	CR.
Econometría	OBL	6	Técnicas Cuantitativas III	OBL	6
Investigación de Mercados II	OBL	6	Distribución Comercial II	OBL	6
Comercio Exterior	OBL	6	Investigación de Mercados III	OBL	6
Comunicación Integrada de Marketing II	OBL	6	Marketing Sectorial	OBL	6
Dirección de Ventas	OBL	6	Marketing Internacional	OBL	6
Total		30	Total		30
CUARTO CURSO ¹					
SÉPTIMO SEMESTRE	Carácter	CR.	OCTAVO SEMESTRE	Carácter	CR.
Creación de Empresas	OBL	6	Prácticas externas (o 2 optativas)	OPT	12
Marketing Social y Político	OBL	6	Trabajo Fin de Grado	OBL	6
Optatividad	OPT	18	Optatividad	OPT	12
Total		30	Total		30

¹ Deben cursarse 18 créditos optativos en el séptimo semestre. En cuanto al octavo semestre, deben cursarse 12 créditos optativos o 24 si no se cursan las prácticas en Empresa (optativas).

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS OFERTA DE OPTATIVAS					
PRIMER SEMESTRE	Dpto.	CR.	SEGUNDO SEMESTRE	Dpto.	CR.
Análisis de Datos Cualitativos	ESTADÍSTICA E INVESTIGACIÓN OPERATIVA	6	Prácticas externas		12
Desarrollo de Nuevos Productos	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN MERCAD.	6	Información Contable para la Gestión	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD	6
Historia de la Actividad Comercial y del Marketing	HISTORIA E INSTITUCIONES ECONÓMICAS	6	Logística y Merchandising	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN MERCAD.	6
Inglés para la Comunicación Intercultural y la Negociación	FILOLOGÍAS INGLESA Y ALEMANA	6	Marketing Electrónico	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN MERCAD.	6
Informática Aplicada a la Gestión Comercial	LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS	6	Marketing Cultural y Turístico	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN MERCAD.	6
Planificación de Medios y Soportes	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN MERCAD.	6	Régimen Jurídico del Mercado	DERECHO MERCANTIL	6
Técnicas Estadísticas Multivariantes	ESTADÍSTICA E INVESTIGACIÓN OPERATIVA	6	Sistemas Informáticos de Soporte a la Colaboración y la Decisión	LENGUAJES Y SISTEMAS INFORMÁTICOS	6
			Sociología del Consumo	SOCIOLOGÍA	6

2. Información académica y administrativa de especial interés para el estudiante

2. INFORMACIÓN ACADÉMICA Y ADMINISTRATIVA DE ESPECIAL INTERÉS PARA EL ESTUDIANTE.

2.1. PLAZOS DE INTERÉS

Los plazos de interés para el curso académico 2022/2023 podrán consultarse en la sección "estudiantes" de la página web de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (<http://fccee.ugr.es>).

Entre otros, se incluyen en esta página web los plazos referidos a cuestiones académicas tan importantes para el estudiante como las que se citan a continuación:

- Plazos de Automatrícula.
- Plazo de matrícula presencial por razones justificadas.
- Plazos de autoalteración de matrícula.
- Plazos de anulación de matrícula.
- Plazos de solicitud de becas.
- Plazo de solicitud de reconocimiento de créditos
- Plazos de solicitud por coincidencia de exámenes para cada una de las convocatorias.
- Plazo de solicitud de presentación a la convocatoria especial de noviembre.
- Plazos de solicitud de compensación curricular...

2.2. NORMAS DE PERMANENCIA DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA (aprobadas en el Consejo de Gobierno de la Universidad de Granada en su sesión de fecha 1 de abril de 2016, y en el Consejo Social con fecha 5 de junio de 2016).

Estas nuevas normas de permanencia **entraron en vigor en el curso 2016-17**, una vez publicadas en el Boletín Oficial de la Universidad de Granada. Las novedades más significativas respecto a la normativa anterior que quedó derogada, se detallan a continuación:

- **Convocatorias:** La Universidad garantizará un mínimo de dos convocatorias por curso académico para la evaluación de una determinada asignatura. Para su superación el estudiante dispondrá de un máximo de 6 convocatorias, entre ordinarias y extraordinarias.

Para el cómputo del máximo de 6 convocatorias **se tendrán en cuenta solo aquellas convocatorias de evaluación a las que el estudiante se haya presentado** y figure su calificación en la correspondiente acta, **sin que se entienda por calificación la anotación de "No Presentado"**.

Los estudiantes que no **superen la asignatura en la sexta convocatoria de evaluación no podrán permanecer en este grado en la Universidad de Granada**, salvo que el estudiante esté en condiciones de ejercer el **derecho a la compensación** curricular contemplado en la Normativa de evaluación y calificación de la Universidad.

- **Permanencia en los estudios iniciados:** Para poder proseguir sus estudios, los estudiantes de nuevo ingreso matriculados en cualquier titulación oficial de grado de la Universidad de Granada **deberán aprobar como mínimo 6 créditos del primer curso del plan de estudios** correspondiente. Al término de su **segundo año académico** en una titulación, para poder proseguir sus estudios en la misma, el estudiante deberá haber aprobado como mínimo **18 créditos** en el caso del estudiante a tiempo completo, o **12 créditos**, en el caso del estudiante a tiempo parcial.

- **Plazo de permanencia en el grado:** Los estudiantes con dedicación a tiempo completo matriculados en los **grados impartidos en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales** dispondrán como máximo de **siete años** de matrícula en la titulación para finalizar sus estudios, salvo en los acuerdos de **doble titulación** que será de **9 años**.

2.3. EVALUACIÓN ÚNICA FINAL

Los estudiantes podrán solicitar una evaluación única final por razones justificadas, al Director del Departamento de la asignatura para la que se solicita dicha evaluación en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura o, en su caso, en las dos primeras semanas desde el día en que efectivamente quede matriculado.

Para más información debe consultarse el **Capítulo IV de la Normativa de evaluación y calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada**, aprobada en la sesión extraordinaria del Consejo de Gobierno de 20 de mayo de 2013 y cuya última modificación fue aprobada por los Acuerdos de Consejo de Gobierno en la sesión de 26 de octubre de 2016 (BOUGR nº 112, de 9 de noviembre de 2016).

2.4. CONVOCATORIAS

Los estudiantes matriculados en la Universidad de Granada tendrán derecho a dos convocatorias de evaluación, una ordinaria y otra extraordinaria, por asignatura y curso académico.

Además, los estudiantes dispondrán de una **convocatoria especial**, que podrán solicitar en el plazo establecido siempre que cumplan los siguientes requisitos:

- Haber estado matriculado en cursos anteriores en la asignatura para la que se solicita dicha convocatoria. (Este requisito no será aplicable al Trabajo Fin de Grado, en este caso se podrá solicitar convocatoria especial sin haber estado matriculado previamente).
- Estar pendiente de superar un máximo de 30 créditos para finalizar sus estudios de grado, sin tener en cuenta en este cómputo el trabajo de fin de Grado.

En caso de no superar la asignatura en esta convocatoria especial, el estudiante dispondrá solo de una de las dos convocatorias restantes del curso académico.

Para más información debe consultarse el **Capítulo V de la Normativa de evaluación y calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada**, aprobada en la sesión extraordinaria del Consejo de Gobierno de 20 de mayo de 2013 y cuya última modificación fue aprobada por los Acuerdos de Consejo de Gobierno en la sesión de 26 de octubre de 2016 (BOUGR nº 112, de 9 de noviembre de 2016).

2.5. COMPENSACIÓN DE ASIGNATURA

Podrán solicitar la compensación curricular los estudiantes a los que les falte una única asignatura para finalizar los estudios, sin tener en cuenta en este cómputo el trabajo fin de grado, y siempre que cumplan los siguientes requisitos:

- Estar matriculado en la asignatura objeto de la compensación curricular. (En caso de que el estudiante solicite la compensación cuando haya agotado las seis convocatorias, este requisito no será de aplicación)
- Haber cursado al menos el 60% del plan de estudios de su titulación en la Universidad de Granada.
- Haber agotado, al menos, cuatro convocatorias.
- Haber obtenido en al menos dos de estas convocatorias una calificación final igual o superior a 3 puntos sobre 10.

Para más información debe consultarse el **Capítulo VIII de la Normativa de evaluación y calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada**, aprobada en la sesión extraordinaria del Consejo de Gobierno de 20 de mayo de 2013 y cuya última modificación fue aprobada por los Acuerdos de Consejo de Gobierno en la sesión de 26 de octubre de 2016 (BOUGR nº 112, de 9 de noviembre de 2016).

2.6. RECONOCIMIENTOS

El estudiante deberá consultar el Título II (Reconocimiento y Transferencia de Créditos) del Reglamento de Gestión Académica de la Universidad de Granada, aprobado en sesión ordinaria del Consejo de Gobierno de 23/07/2021 (BOUGR nº 171, de 28 de julio de 2021).

En este sentido, el estudiante deberá considerar que los reconocimientos de Formación Básica recogidos en dicha Normativa deberán solicitarse en la secretaría de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales **al inicio del primer curso académico** en el que los estudiantes comienzan sus estudios en esta Facultad.

2.7. ASIGNATURA PRÁCTICAS EXTERNAS

- El alumno podrá cursar **PRÁCTICAS EN EMPRESAS** de carácter optativo en instituciones y empresas que hayan formalizado o formalicen un convenio con la Universidad de Granada.

- **Su objetivo** será aplicar y completar los conocimientos adquiridos en su formación académica, facilitando su empleabilidad y fomentando su capacidad de emprendimiento.

- Para conocer todas las cuestiones relativas al procedimiento a seguir para realizar las prácticas en empresas puede consultarse el **Manual de Preguntas Frecuentes** sobre Prácticas de Empresas en:

<http://fccee.ugr.es/pages/facultad/vicedecanatos/relaciones-con-empresas/documentos/faq/%21>

- Estas prácticas podrán ser reconocidas por la asignatura optativa PRÁCTICAS EXTERNAS del plan de estudios, siempre y cuando el estudiante cumpla con los requisitos que se detallan en el punto siguiente.

- **Antes del inicio de las prácticas en la empresa**, el estudiante deberá personarse en la Secretaría de la Facultad y presentar la documentación que acredita haber sido aceptado para realización de dichas prácticas. **En la Secretaría de la Facultad se procederá a:**

1. Realizar los trámites para la asignación de un Tutor académico que velará por el normal desarrollo de las mismas.

2. Determinar si procede o no, a petición del estudiante, la matriculación de la Asignatura de "Prácticas Externas" (ofertada en 4º curso con 12 créditos optativos). Para este fin, se exigirá, entre otras cuestiones:

a) Que el estudiante haya superado en el caso del **Grado en Marketing e Investigación de Mercados 72 créditos de carácter básico y, al menos, 90 créditos de carácter obligatorio.**

b) Que las Prácticas tengan una duración de, al menos, **360 horas ininterrumpidas** (se considerarán las prórrogas que se vayan a realizar).

c) Cuando no se reúnan los requisitos expuestos en el apartado a) o b) se podrán iniciar las Prácticas en Empresa (asignándole un tutor académico), pero no se podrá matricular la asignatura prácticas externas. No obstante, si el requisito de "créditos mínimos superados" recogido en el apartado a) se cumple con posterioridad al inicio de la Prácticas, las 360 horas exigidas en el apartado b) comenzarán a computar desde ese momento y hasta la finalización de las mismas, y no desde la fecha en la que se iniciaron. En este caso, el estudiante podrá matricular la asignatura "Prácticas Externas" en la Secretaría de la Facultad.

- Ante la incertidumbre de ser aceptado por una empresa para la realización de las prácticas, el estudiante puede optar también por matricular dos asignaturas optativas, preferentemente de 2º semestre. En este caso, se podrá sustituir la matrícula de dichas optativas por la correspondiente a las "prácticas externas" cuando se cumpla con los requisitos de matrícula de esta última asignatura, y dicha matrícula se realice en los plazos establecidos por la secretaría del Centro. Transcurridos estos plazos, el estudiante podrá matricular la asignatura "prácticas

externas” abonando los precios públicos correspondientes a 12 créditos. La asignatura “prácticas externas” se matricula únicamente en la Secretaría de la Facultad.

- Una vez matriculado en la Asignatura de “Prácticas Externas”, para poder ser evaluado el estudiante deberá:

- Haber finalizado sus Prácticas o bien (aun no habiéndolas finalizado) haber realizado al menos 360 horas de las mismas desde la fecha en la que se cumplen los requisitos de matrícula.
- Presentar a su tutor académico toda la documentación necesaria dentro de los plazos que éste le indique.

- Aquellos estudiantes que **realicen las prácticas en empresas durante los meses de verano**, deberán considerar que:

1. Una vez que el alumno **se haya matriculado** en la asignatura prácticas externas, la calificación obtenida figurará en el acta de septiembre siempre que presente a su tutor académico toda la documentación necesaria para su evaluación en el plazo que éste haya establecido. En caso contrario, en el acta de septiembre figurará la calificación “No presentado” y el alumno podrá **matricularse por segunda vez** (abonando los precios públicos correspondientes) de la asignatura prácticas externas en el curso académico siguiente. En este nuevo curso, su calificación podrá figurar en las actas de la **convocatoria especial de noviembre**, cuando cumpliendo con los requisitos establecidos para optar a dicha convocatoria así lo solicite, o bien en las actas de las **convocatorias ordinarias (de enero o junio)** cuando el estudiante no solicite o no pueda solicitar la convocatoria especial de noviembre.

2. El alumno puede decidir **NO matricularse** en la asignatura prácticas externas en el presente curso académico, pero sí realizar las prácticas en empresas en los meses de verano, siempre que, cumpliendo los requisitos y una vez firmado el documento de aceptación por parte de la empresa, se persone en la secretaría de la Facultad y **se le asigne un tutor**. En este caso, su calificación no podrá figurar en las actas de septiembre y, por tanto, podrá matricularse el curso académico siguiente para que dicha calificación figure en su expediente en la **convocatoria ordinaria (de enero o junio)** de dicho curso, puesto que, al ser primera matrícula, el alumno no podrá solicitar la convocatoria especial de noviembre.

- Para una **información más detallada** puede consultarse en la página web de la Facultad de CC.EE y Empresariales:

a) El **Manual de Preguntas Frecuentes** sobre Prácticas de Empresas (en fccee.ugr.es-Estudiantes-Prácticas Externas). <http://fccee.ugr.es/pages/facultad/vicedecanatos/relaciones-con-empresas/documentos/faq/%21>

b) Y el **Reglamento para el reconocimiento académico** de las Prácticas en Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (en fccee.ugr.es-Facultad-Normativa Interna) http://fccee.ugr.es/pages/facultad/infogeneral/normativa_interna/normativas/practicasesempresasgrados/%21

2.8. TRABAJO FIN DE GRADO

Según el Plan de Estudios y la normativa de la Universidad de Granada, el alumno podrá matricularse del Trabajo Fin de Grado, de carácter obligatorio, cuando cumpla los siguientes **requisitos**:

- Haber superado los **72 créditos de carácter básico**.
- Haber superado **90 créditos de carácter obligatorio**.
- Haber superado **todas las asignaturas de primer curso (básicas y obligatorias)**

No obstante, atendiendo a la normativa de ugr, el estudiante deberá considerar además que:

- En el momento de matricular el Trabajo Fin de Grado, deberá **matricular el total de los créditos** que le falten para finalizar el Grado.
- La **calificación del Trabajo Fin de Grado** no se podrá incorporar al expediente académico del estudiante hasta que éste haya aprobado el resto de créditos de la titulación.

Para más información sobre los Trabajos Fin de Grado el alumno deberá consultar el Capítulo II (Trabajo o Proyecto de Fin de Grado) de la Normativa para la creación, modificación, suspensión temporal o definitiva y gestión de títulos de Grado en la Universidad de Granada, aprobada en sesión extraordinaria del Consejo de Gobierno de 25/05/2015 (BOUGR nº 96 de 28/05/2015), y la normativa específica de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

2.9. ALGUNAS RECOMENDACIONES

- Considerar que la forma de cursar los estudios conducentes a la obtención de las diversas titulaciones impartidas en la Facultad se ve afectada por dos cuestiones fundamentales:
 - a) La organización docente interna del Centro, que es el esquema bajo el que se organiza la impartición de las distintas asignaturas que conforman el plan de estudios. En esta guía se detallan los horarios y calendarios de exámenes para el presente curso académico. No obstante, *ante posibles variaciones motivadas por el devenir del curso, se recomienda mirar el correspondiente tablón de anuncios o la página web de la Facultad.*
 - b) La elaboración personal del currículum por parte del alumno.
- Consultar periódicamente los tablones de anuncios de Secretaría, o la página web de la Facultad y de las distintas titulaciones.
- Seguir las publicaciones de la Facultad en redes sociales, Facebook (<https://www.facebook.com/fccee.ugr.es/>) y Twitter (@FcceeUgr).
- Abrirse una cuenta de correo institucional de la Universidad de Granada, donde podrá recibir notificaciones relacionadas con su matrícula y expediente académico. **DEBERÁ CONSULTARLA PERIÓDICAMENTE.**
- Atender a la información que se facilita a través de las pantallas informativas ubicadas en el Centro.
- Comprobar que se figura inscrito en el acta correspondiente.
- Comprobar la situación del expediente en cada convocatoria de exámenes y después de matricularse o alterar matrícula.
- El estudiante que inicia sus estudios en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada deberá informarse de la normativa general de la Universidad de Granada y en particular de la específica de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Es especialmente recomendable que el alumno consulte la normativa que se cita en este apartado.

3. HORARIOS ²

² Plan Docente del curso académico 2022-2023 aprobado en Junta de Facultad de 8 de abril de 2022.

En el momento de editar esta guía, la Ordenación Docente de la Universidad de Granada no está finalizada, por lo que los profesores asignados a las asignaturas del título pueden sufrir alguna modificación.

El área sombreada en amarillo corresponde a la docencia de los grupos reducidos. No obstante, esta información es orientativa. El profesorado, atendiendo a las necesidades docentes, podrá modificar el horario de dichos grupos respetando siempre las horas de clase asignadas a su asignatura.

1º Semestre³

³ Plan Docente del curso académico 2022-2023 aprobado en Junta de Facultad de 8 de abril de 2022.

En el momento de editar esta guía, la Ordenación Docente de la Universidad de Granada no está finalizada, por lo que los profesores asignados a las asignaturas del título pueden sufrir alguna modificación.

El área sombreada en amarillo corresponde a la docencia de los grupos reducidos. No obstante, esta información es orientativa. El profesorado, atendiendo a las necesidades docentes, podrá modificar el horario de dichos grupos respetando siempre las horas de clase asignadas a su asignatura

1º A MIM. PRIMER SEMESTRE (D01)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
8:30 a 9:30	EP	FDAE	EP		
9:30 a 10:30	EP	FDAE	EP		
10:30 a 11:30	MAT	MAT	IOF	FDAE	
11:30 a 12:30	MAT	MAT	IOF	FDAE	
12:30 a 13:30		IMK	IMK	IOF	
13:30 a 14:30		IMK	IMK	IOF	

1º B MIM. PRIMER SEMESTRE (D01)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
15:30 a 16:30	MAT	MAT	IMK	EP	
16:30 a 17:30	MAT	MAT	IMK	EP	
17:30 a 18:30	EP	FDAE	FDAE	IMK	
18:30 a 19:30	EP	FDAE	FDAE	IMK	
19:30 a 20:30	IOF	IOF			
20:30 a 21:30	IOF	IOF			

EP: ECONOMÍA POLÍTICA

FDAE: FUNDAMENTOS DE DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

IMK: INTRODUCCIÓN AL MARKETING

IOF: INTRODUCCIÓN A LAS OPERACIONES FINANCIERAS

MAT: MATEMÁTICAS

Asignatura	Departamento	Grupo	Profesor
EP: ECONOMÍA POLÍTICA	Economía Aplicada	A	Barrios Martínez, Soledad
		B	Moreno Herrero, M ^a Dolores
FDAE: FUNDAMENTOS DE DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	Organización de Empresas-1	A	Ortega Egea, María Teresa
		B	Braojos Gómez, Jesica Ruiz Arroyo, Matilde
IMK: INTRODUCCIÓN AL MARKETING	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Doña Toledo, Luis Luque Martínez, Teodoro
		B	Ruiz Espinosa, Francisco.
IOF: INTRODUCCIÓN A LAS OPERACIONES FINANCIERAS	Economía Financiera y Contabilidad	A	Rodríguez Gómez, Sara
		B	Martín Casares, Estanislao n.d.
MAT: MATEMÁTICAS	Matemática Aplicada	A	Valenzuela Cansino, Olga
		B	Sánchez Lara, Joaquín Francisco

2º A MIM. PRIMER SEMESTRE (D23)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
8:30 a 9:30					
9:30 a 10:30					
10:30 a 11:30	TC-1	TC-1	DAE	MA	EEM
11:30 a 12:30	TC-1	TC-1	DAE	MA	EEM
12:30 a 13:30	DC-2	DC-2	EEM	DAE	MA
13:30 a 14:30	DC-2	DC-2	EEM	DAE	MA

2º B MIM. PRIMER SEMESTRE (D23)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
15:30 a 16:30	EEM	DAE	EEM	DAE	
16:30 a 17:30	EEM	DAE	EEM	DAE	
17:30 a 18:30	TC-1	TC-1	MA	MA	
18:30 a 19:30	TC-1	TC-1	MA	MA	
19:30 a 20:30	DC-2	DC-2			
20:30 a 21:30	DC-2	DC-2			

DAE: DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DC-2: DIRECCIÓN COMERCIAL II

EEM: ECONOMIA ESPAÑOLA Y MUNDIAL

MA: MACROECONOMÍA

TC-1: TÉCNICAS CUANTITATIVAS I

Asignatura	Departamento	Grupo	Profesor
DAE: DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	Organización de Empresas-1	A	Molina Fernández, Luis Miguel
		B	Riquelme Medina, Marta
DC-2: DIRECCIÓN COMERCIAL II	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Prados Peña, María Belén
		B	Valverde García, Francisco Javier
EEM: ECONOMIA ESPAÑOLA Y MUNDIAL	Economía Internacional y de España	A	Ruiz Martos, Mª José
		B	Ruiz Martos, Mª José
MA: MACROECONOMÍA	Economía Aplicada	A	Checa Olivas, Marina
		B	Checa Olivas, Marina
TC-1: TÉCNICAS CUANTITATIVAS I	Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa	A	Tapia García, Juan Miguel
		B	Tapia García, Juan Miguel

3º A MIM. PRIMER SEMESTRE (D27)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
8:30 a 9:30	CIMK-2		ECO		
9:30 a 10:30	CIMK-2		ECO		
10:30 a 11:30	IM-2	DV	IM-2	ECO	
11:30 a 12:30	IM-2	DV	IM-2	ECO	
12:30 a 13:30	DV	CEX	CEX	CIMK-2	
13:30 a 14:30	DV	CEX	CEX	CIMK-2	

3º B MIM. PRIMER SEMESTRE (D27)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
15:30 a 16:30	IM-2	CEX	IM-2	CEX	
16:30 a 17:30	IM-2	CEX	IM-2	CEX	
17:30 a 18:30	DV	DV	ECO	CIMK-2	
18:30 a 19:30	DV	DV	ECO	CIMK-2	
19:30 a 20:30		ECO	CIMK-2		
20:30 a 21:30		ECO	CIMK-2		

CEX: COMERCIO EXTERIOR

CIMK-2: COMUNICACIÓN INTEGRADA PARA EL MARKETING II

DV: DIRECCIÓN DE VENTAS

ECO: ECONOMETRÍA

IM-2: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II

Asignatura	Departamento	Grupo	Profesor
CEX: COMERCIO EXTERIOR	Economía Internacional y de España	A	García Rodríguez, Yolanda
		B	Llorca Rodríguez, Carmen María
CIMK-2: COMUNICACIÓN INTEGRADA PARA EL MARKETING II	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Prados Peña, M ^a Belén
		B	Delgado Muñoz, Francisco Javier
DV: DIRECCIÓN DE VENTAS	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Doña Toledo, Luis Viedma del Jesús, María Isabel
		B	Doña Toledo, Luis Viedma del Jesús, María Isabel
ECO: ECONOMETRÍA	Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa	A	Blanco Izquierdo, Víctor
		B	Fernández Sánchez, M ^a Pilar Gaggero, Alessio
IM-2: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Muñoz Leiva, Francisco
		B	Ibáñez Zapata, Jose Angel

OBLIGATORIAS 4º CURSO Y OPTATIVAS MIM. PRIMER SEMESTRE. MAÑANA (E17)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
8:30 a 9:30			CE (E12)	CE (E12)	
9:30 a 10:30		ADC	CE (E12)	CE (E12)	ADC
10:30 a 11:30	IAGC	DNP	IAGC (Gr.2 Ai6)	MKSP (D12)	ADC
11:30 a 12:30	IAGC	DNP	IAGC (Gr.2 Ai6)	MKSP (D12)	MKSP
12:30 a 13:30	ING	ING	DNP (E16)	IAGC (Gr.1 Ai6)	MKSP
13:30 a 14:30	ING	ING	DNP (E16)	IAGC (Gr.1 Ai6)	

* Prácticas externas: El alumno podrá cursar además prácticas externas de carácter optativo (consultar el apartado 2.7 de esta guía).

CE (obligatoria): CREACIÓN DE EMPRESAS

MKSP (obligatoria): MARKETING SOCIAL Y POLÍTICO

ADC (optativa): ANÁLISIS DE DATOS CUALITATIVOS

DNP (optativa): DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

IAGC (optativa): INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN COMERCIAL

ING (optativa): INGLÉS PARA LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL Y LA NEGOCIACIÓN

OBLIGATORIAS 4º CURSO Y OPTATIVAS MIM. PRIMER SEMESTRE. TARDE (E11)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
15:30 a 16:30	PMS	PMS	TEM (Ai6)	MKSP	
16:30 a 17:30	PMS	PMS	TEM (Ai6)	MKSP	
17:30 a 18:30	TEM (Ai6)	HACM	MKSP	CE (E12)	
18:30 a 19:30	TEM (Ai6)	HACM	MKSP	CE (E12)	
19:30 a 20:30			CE (E12)	HACM	
20:30 a 21:30			CE (E12)		

* Prácticas externas: El alumno podrá cursar además prácticas externas de carácter optativo (consultar el apartado 2.7 de esta guía).

CE (obligatoria): CREACIÓN DE EMPRESAS

MKSP (obligatoria): MARKETING SOCIAL Y POLÍTICO

HACM (optativa): HISTORIA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y DEL MARKETING

PMS (optativa): PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y SOPORTES

TEM (optativa): TÉCNICAS ESTADÍSTICAS MULTIVARIANTES

Asignaturas obligatorias	Departamento	Grupo	Profesor
CE: CREACIÓN DE EMPRESAS	Economía Financiera y Contabilidad	A	Rodríguez Ariza, Lázaro Romero Frías, Esteban
		B	Martín Oviedo, Carlos Enrique Romero Frías, Esteban
MKSP: MARKETING SOCIAL Y POLÍTICO	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Montoro Ríos, Francisco Javier
		B	Rey Pino, Juan Miguel

Asignaturas optativas	Departamento	Grupo	Profesor
ADC: ANÁLISIS DE DATOS CUALITATIVOS	Estadística e Investigación Operativa	A (Mañana)	Torres Parejo, Úrsula
DNP: DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS	Comercialización e Investigación de Mercados	A (Mañana)	Peco Torres, Francisco

Asignaturas optativas	Departamento	Grupo	Profesor
HACM: HISTORIA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y DEL MARKETING	Teoría e Historia Económica	A (Tarde)	Rubio Mondéjar, Juan Antonio
IAGC: INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN COMERCIAL	Lenguaje y Sistemas Informáticos	A (Mañana)	Hurtado Torres, María Visitación
ING: INGLÉS PARA LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL Y LA NEGOCIACIÓN	Filología inglesa y alemana	A (Mañana)	Felices Lago, Ángel Miguel
PMS: PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y SOPORTES	Comercialización e Investigación de Mercados	A (Tarde)	Barrio García, Salvador del
TEM: TÉCNICAS ESTADÍSTICAS MULTIVARIANTES	Estadística e Investigación Operativa	A (Mañana)	n.d.

2º Semestre⁴

⁴ Plan Docente del curso académico 2022-2023 aprobado en Junta de Facultad de 8 de abril de 2022.

En el momento de editar esta guía la Ordenación Docente de la Universidad de Granada no está finalizada, por lo que los profesores asignados a las asignaturas del título pueden sufrir alguna modificación.

El área sombreada en amarillo corresponde a la docencia de los grupos reducidos. No obstante, el profesorado podrá redistribuir la docencia de estos grupos reducidos en el horario asignado a su asignatura, en función de las necesidades docentes.

1º A MIM. SEGUNDO SEMESTRE (D01)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
8:30 a 9:30	HDEMC	HDEMC		CG	
9:30 a 10:30	HDEMC	HDEMC		CG	
10:30 a 11:30	ID	ID	DC-1	DC-1	
11:30 a 12:30	ID	ID	DC-1	DC-1	
12:30 a 13:30	MICRO	MICRO	CG		
13:30 a 14:30	MICRO	MICRO	CG		

1º B MIM. SEGUNDO SEMESTRE (D01)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
15:30 a 16:30	DC-1	ID	CG	DC-1	
16:30 a 17:30	DC-1	ID	CG	DC-1	
17:30 a 18:30	HDEMC	HDEMC	MICRO	ID	
18:30 a 19:30	HDEMC	HDEMC	MICRO	ID	
19:30 a 20:30		MICRO		CG	
20:30 a 21:30		MICRO		CG	

CG: CONTABILIDAD GENERAL

DC-1: DIRECCIÓN COMERCIAL I

HDEMC: HISTORIA DEL DESARROLLO ECONÓMICO MUNDIAL CONTEMPORÁNEO

ID: INTRODUCCIÓN AL DERECHO

MICRO: MICROECONOMÍA

Asignatura	Departamento	Grupo	Profesor
CG: CONTABILIDAD GENERAL	Economía Financiera y Contabilidad	A	Vílchez Vílchez, Juan
		B	Pérez López, María del Carmen Vílchez Vílchez, Juan n.d.
DC-I: DIRECCIÓN COMERCIAL I	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Casado Aranda, Luis Alberto
		B	Faraoni, Nina
HDEMC: HISTORIA DEL DESARROLLO ECONÓMICO MUNDIAL CONTEMPORÁNEO	Teoría e Historia Económica	A	Largo Jiménez, Fernando
		B	Fari, Simone n.d.
ID: INTRODUCCIÓN AL DERECHO	Derecho Civil	A	Martín León, Antonio
		B	Martín León, Antonio
MICRO: MICROECONOMÍA	Economía Aplicada	A	Navarro Hernández, M ^a Vctoria
		B	Navarro Hernández, M ^a Victoria

2º A MIM. SEGUNDO SEMESTRE (D23)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
8:30 a 9:30	TC-2	TC-2		IM-1	
9:30 a 10:30	TC-2	TC-2		IM-1	
10:30 a 11:30	CIMK-1	IM-1	CC	DISC-1	
11:30 a 12:30	CIMK-1	IM-1	CC	DISC-1	
12:30 a 13:30		DISC-1	CIMK-1	CC	
13:30 a 14:30		DISC-1	CIMK-1	CC	

2º B MIM. SEGUNDO SEMESTRE (D23)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
15:30 a 16:30	DISC-1	DISC-1	IM-1	CC	
16:30 a 17:30	DISC-1	DISC-1	IM-1	CC	
17:30 a 18:30	CIMK-1	IM-1	TC-2	CIMK-1	
18:30 a 19:30	CIMK-1	IM-1	TC-2	CIMK-1	
19:30 a 20:30		TC-2	CC		
20:30 a 21:30		TC-2	CC		

CC: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

CIMK-1: COMUNICACIÓN INTEGRADA PARA EL MARKETING I

DISC-1: DISTRIBUCIÓN COMERCIAL I

IM-1: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I

TC-2: TÉCNICAS CUANTITATIVAS II

Asignatura	Departamento	Grupo	Profesor
CC: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Viedma del Jesús, María Isabel
		B	Rey Pino, Juan Miguel Viedma del Jesús, María Isabel
CIMK-1: COMUNICACIÓN INTEGRADA PARA EL MARKETING I	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Crespo Almendros, Esmeralda Porcu, Lucía
		B	Delgado Muñoz, Francisco Javier
DISC-1: DISTRIBUCIÓN COMERCIAL I	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Maraver Tarifa, Guillermo
		B	Peco Torres, Francisco
IM-1: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Luque Martínez, Teodoro
		B	Sabiote Ortiz, Carmen María
TC-2: TÉCNICAS CUANTITATIVAS II	Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa	A	Cano Guervos, Rafael A.
		B	García Garrido, Irene

3º A MIM. SEGUNDO SEMESTRE (D27)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
8:30 a 9:30					
9:30 a 10:30					
10:30 a 11:30	IM-3 (E14)	DISC-2	TC-3	TC-3	IM-3 (E14)
11:30 a 12:30	IM-3 (E14)	DISC-2	TC-3	TC-3	IM-3 (E14)
12:30 a 13:30	MI	MS	MS	DISC-2	MI
13:30 a 14:30	MI	MS	MS	DISC-2	MI

3º B MIM. SEGUNDO SEMESTRE (D27)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
15:30 a 16:30			TC-3	TC-3	
16:30 a 17:30			TC-3	TC-3	
17:30 a 18:30	MS	DISC-2	DISC-2	MS	
18:30 a 19:30	MS	DISC-2	DISC-2	MS	
19:30 a 20:30	MI	IM-3	MI	IM-3	
20:30 a 21:30	MI	IM-3	MI	IM-3	

DISC-2: DISTRIBUCIÓN COMERCIAL II
 IM-3: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS III
 MI: MARKETING INTERNACIONAL
 MS: MARKETING SECTORIAL
 TC-3: TÉCNICAS CUANTITATIVAS III

Asignatura	Departamento	Grupo	Profesor
DISC-2: DISTRIBUCIÓN COMERCIAL II	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Maraver Tarifa, Guillermo
		B	Peco Torres, Francisco n.d.
IM-3: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS III	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Castañeda García, José Alberto
		B	Rodríguez Molina, Miguel Ángel
MI: MARKETING INTERNACIONAL	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Martínez Fiestas, Miriam
		B	Martínez Fiestas, Miriam
MS: MARKETING SECTORIAL	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Arias Horcajadas, María Isabel Polo Peña, Ana Isabel
		B	Valverde García, Francisco Javier
TC-3: TÉCNICAS CUANTITATIVAS III	Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa	A	Hermoso Gutiérrez, José Alberto
		B	Hermoso Gutiérrez, José Alberto

OPTATIVAS MIM. SEGUNDO SEMESTRE. MAÑANA (D12)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	
8:30 a 9:30	SISCD	SISCD (Gr.1 Ai1)	RJM	RJM	
9:30 a 10:30	SISCD	SISCD (Gr.1 Ai1)	RJM	RJM	
10:30 a 11:30	LyM	LyM	MCT	MCT	
11:30 a 12:30	LyM	LyM	MCT	MCT	
12:30 a 13:30		SISCD (Gr.2 Ai1)			
13:30 a 14:30		SISCD (Gr.2 Ai1)			

* Prácticas externas: El alumno podrá cursar además prácticas externas de carácter optativo (consultar el apartado 2.7 de esta guía).

LyM: LOGÍSTICA Y MERCHANDISING

MCT: MARKETING CULTURAL Y TURÍSTICO

RJM: RÉGIMEN JURÍDICO DEL MERCADO

SISCD: SISTEMAS INFORMÁTICOS DE SOPORTE A LA COLABORACIÓN Y LA DECISIÓN

OPTATIVAS MIM. SEGUNDO SEMESTRE. TARDE (D12)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
15:30 a 16:30	ICG	SC	ICG		
16:30 a 17:30	ICG	SC	ICG		
17:30 a 18:30	ME	ME	SC		
18:30 a 19:30	ME	ME	SC		
19:30 a 20:30					
20:30 a 21:30					

* Prácticas externas: El alumno podrá cursar además prácticas externas de carácter optativo (consultar el apartado 2.7 de esta guía).

ICG (optativa): INFORMACIÓN CONTABLE PARA LA GESTIÓN

ME: MARKETING ELECTRÓNICO

SC: SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO

Asignatura	Departamento	Grupo	Profesor
ICG: INFORMACIÓN CONTABLE PARA LA GESTIÓN	Economía Financiera y Contabilidad	A (Tarde)	Cáceres Salas, José
LYM: LOGÍSTICA Y MERCHANDISING	Comercialización e Investigación de Mercados	A (Mañana)	Muñoz Leiva, Francisco
ME:MARKETING CULTURAL Y TURÍSTICO	Comercialización e Investigación de Mercados	A (Mañana)	Frías Jamilena, Dolores María
ME:MARKETING ELECTRÓNICO	Comercialización e Investigación de Mercados	A (Tarde)	Sánchez Fernández, Juan
RJM: RÉGIMEN JURÍDICO DEL MERCADO	Derecho Mercantil y Romano	A (Mañana)	Pérez-Serrabona González, Francisco Javier
SC: SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO	Sociología	A (Tarde)	Santiago Segura, Mª Jesús
SICD: SISTEMAS INFORMÁTICOS DE SOPORTE A LA COLABORACIÓN Y LA DECISIÓN	Lenguajes y Sistemas Informáticos	A (Mañana)	Samos Jiménez, José

4. Convocatorias de Exámenes

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
CURSO 2022-2023
CONVOCATORIA ORDINARIA DE ENERO

ASIGNATURA	CURSO	FECHA	HORA	AULAS
MATEMÁTICAS	1	11-ene.	18:30	D23-D25-D26-D27
ECONOMÍA POLÍTICA	1	13-ene.	18:30	D27-E10-E13
INTRODUCCIÓN AL MARKETING	1	17-ene.	12:00	D25-D26-D27
INTRODUCCIÓN A LAS OPERACIONES FINANCIERAS	1	20-ene.	8:30	E15-E19-E20-E21-E23-E25
FUNDAMENTOS DE DIRECCIÓN Y ADMON DE EMPRESAS	1	23-ene.	17:00	D22-D23-D25
DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	2	11-ene.	12:00	D03-D04-D06
TÉCNICAS CUANTITATIVAS I	2	13-ene.	8:30	E13-E15-E19-E20-E23
DIRECCIÓN COMERCIAL II	2	17-ene.	17:00	D04-D05-D06
MACROECONOMÍA	2	19-ene.	17:00	D04-D06
ECONOMÍA ESPAÑOLA Y MUNDIAL	2	24-ene.	12:00	D01-D06
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II	3	12-ene.	12:00	D16-D17
COMUNICACIÓN INTEGRADA PARA EL MARKETING II	3	16-ene.	12:00	D01-D06
DIRECCIÓN DE VENTAS	3	18-ene.	12:00	D25-D26-D27
COMERCIO EXTERIOR	3	20-ene.	18:30	D15-D16-D17
ECONOMETRÍA	3	23-ene.	8:30	D04-D05-D06
CREACIÓN DE EMPRESAS	4	18-ene.	17:00	D25-D26
MARKETING SOCIAL Y POLÍTICO	4	24-ene.	17:00	D04-D06
HISTORIA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y DEL MARKETING	OPT	12-ene.	17:00	D01
INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN COMERCIAL	OPT	13-ene.	12:00	D01-Ai5-Ai6
INGLÉS PARA LA COMUNICACIÓN INTERCULT. Y NEGOCIAC.	OPT	17-ene.	8:30	D25-D26
PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y SOPORTES	OPT	19-ene.	8:30	D03

ASIGNATURA	CURSO	FECHA	HORA	AULAS
TÉCNICAS ESTADÍSTICAS MULTIVARIANTES	OPT	20-ene.	18:30	D14
ANÁLISIS DE DATOS CUALITATIVOS	OPT	23-ene.	12:00	D23
DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS	OPT	25-ene.	8:30	D25-D26

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
CURSO 2022-2023
CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE FEBRERO

ASIGNATURA	CURSO	FECHA	HORA	AULAS
MATEMÁTICAS	1	7-feb.	15:30	D25-D26-D27
ECONOMÍA POLÍTICA	1	9-feb.	8:30	D01-D02
INTRODUCCIÓN A LAS OPERACIONES FINANCIERAS	1	10-feb.	8:30	D26-D27-E10
INTRODUCCIÓN AL MARKETING	1	16-feb.	15:30	D22-D23
FUNDAMENTOS DE DIRECCIÓN Y ADMON DE EMPRESAS	1	17-feb.	15:30	D03-D04-D05
TÉCNICAS CUANTITATIVAS I	2	7-feb.	8:30	D25-D26-D27
ECONOMÍA ESPAÑOLA Y MUNDIAL	2	8-feb.	8:30	D05-D06
DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	2	10-feb.	17:00	D05-D06
DIRECCIÓN COMERCIAL II	2	14-feb.	8:30	D22-D23-D24
MACROECONOMÍA	2	15-feb.	8:30	D21-D22
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II	3	7-feb.	18:30	D24-D25-D26
COMUNICACIÓN INTEGRADA PARA EL MARKETING II	3	9-feb.	17:00	D24-D25-D26
DIRECCIÓN DE VENTAS	3	14-feb.	17:00	D05-D06
COMERCIO EXTERIOR	3	16-feb.	8:30	D25-D26-D27
ECONOMETRÍA	3	17-feb.	8:30	D22-D23-D24
CREACIÓN DE EMPRESAS	4	10-feb.	12:00	D06
MARKETING SOCIAL Y POLÍTICO	4	13-feb.	12:00	D16
INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN COMERCIAL	OPT	7-feb.	15:30	D04-Ai6
INGLÉS PARA LA COMUNICACIÓN INTERCULT. Y NEGOCIAC.	OPT	8-feb.	17:00	E10
HISTORIA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y DEL MARKETING	OPT	9-feb.	12:00	D23
PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y SOPORTES	OPT	14-feb.	12:00	E13

ASIGNATURA	CURSO	FECHA	HORA	AULAS
TÉCNICAS ESTADÍSTICAS MULTIVARIANTES	OPT	15-feb.	17:00	D27
DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS	OPT	16-feb.	18:30	D01
ANÁLISIS DE DATOS CUALITATIVOS	OPT	17-feb.	18:30	E15

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
CURSO 2022-2023
CONVOCATORIA ORDINARIA DE JUNIO

ASIGNATURA	CURSO	FECHA	HORA	AULAS
MICROECONOMÍA	1	14-jun.	8:30	E13-E15-E19-E20-E21
DIRECCIÓN COMERCIAL I	1	16-jun.	12:00	D16-D17-D21
Hª DEL DESARROLLO ECONÓMICO MUNDIAL CONTEMPORÁNEO	1	19-jun.	17:00	D23-D24-E10-E13
CONTABILIDAD GENERAL	1	21-jun.	17:00	D23-D24-D25-D26
INTRODUCCIÓN AL DERECHO	1	23-jun.	8:30	E13-E15-E19-E20
TÉCNICAS CUANTITATIVAS II	2	12-jun.	8:30	E23-E25-E27-E29-E00
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL I	2	15-jun.	12:00	D25-D26-D27
COMUNICACIÓN INTEGRADA PARA EL MARKETING I	2	19-jun.	12:00	D25-D26-D27
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I	2	21-jun.	8:30	D01-D02-D06
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	2	23-jun.	17:00	D04-D05-D06
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS III	3	12-jun.	12:00	D16-D17-D21
TÉCNICAS CUANTITATIVAS III	3	14-jun.	17:00	D04-D05-D06
MARKETING INTERNACIONAL	3	16-jun.	18:30	D25-D26-D27
MARKETING SECTORIAL	3	20-jun.	8:30	D25-D26-D27
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL II	3	22-jun.	17:00	D22-D23-D24-D25
RÉGIMEN JURÍDICO DEL MERCADO	OPT	13-jun.	12:00	D16
MARKETING ELECTRÓNICO	OPT	14-jun.	12:00	D06
SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO	OPT	16-jun.	15:30	D25-D26
INFORMACIÓN CONTABLE PARA LA GESTIÓN	OPT	19-jun.	8:30	E29
MARKETING CULTURAL Y TURÍSTICO	OPT	20-jun.	15:30	D01

ASIGNATURA	CURSO	FECHA	HORA	AULAS
SISTEM.INFORMÁT.DE SOPORTE A LA COLABOR.Y DECISIÓN	OPT	22-jun.	12:00	D01-Ai1
LOGÍSTICA Y MERCHANDISING	OPT	23-jun.	12:00	D26-D27

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
CURSO 2022-2023
CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA DE JULIO

ASIGNATURA	CURSO	FECHA	HORA	AULAS
MICROECONOMÍA	1	06-jul	12:00	D03-D04-D05
INTRODUCCIÓN AL DERECHO	1	07-jul	15:30	D22-D23
CONTABILIDAD GENERAL	1	10-jul	8:30	D01-D02
Hª DEL DESARROLLO ECONÓMICO MUNDIAL CONTEMPORÁNEO	1	12-jul	8:30	D23-D25
DIRECCIÓN COMERCIAL I	1	14-jul	8:30	D22.D23
TÉCNICAS CUANTITATIVAS II	2	07-jul	8:30	D22-D23-D24
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL I	2	10-jul	12:00	D02-D03
COMUNICACIÓN INTEGRADA PARA EL MARKETING I	2	11-jul	8:30	D25-D26
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I	2	13-jul	12:00	D17-D21
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	2	14-jul	15:30	D01-D02
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS III	3	06-jul	17:00	D03-D04-D05
TÉCNICAS CUANTITATIVAS III	3	10-jul	15:30	D16-D22
MARKETING SECTORIAL	3	12-jul	17:00	D03-D04
MARKETING INTERNACIONAL	3	13-jul	18:30	D23-D25
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL II	3	14-jul	18:30	D25-D26
RÉGIMEN JURÍDICO DEL MERCADO	OPT	06-jul	8:30	D02
MARKETING ELECTRÓNICO	OPT	07-jul	12:00	D03
SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO	OPT	10-jul	18:30	E13
INFORMACIÓN CONTABLE PARA LA GESTIÓN	OPT	11-jul	15:30	D23
MARKETING CULTURAL Y TURÍSTICO	OPT	12-jul	12:00	D17

ASIGNATURA	CURSO	FECHA	HORA	AULAS
SISTEM.INFORMÁT.DE SOPORTE A LA COLABOR.Y DECISIÓN	OPT	13-jul	8:30	D27-Ai1
LOGÍSTICA Y MERCHANDISING	OPT	14-jul	12:00	D17



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Y EMPRESARIALES

ORDENACIÓN

ACADÉMICA