

ÍNDICE

1. Plan de estudios.....	3
1.1. Configuración del currículo del alumno.....	5
1.2. Información académica.....	6
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. 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. Más información: <http://vicengp.ugr.es> y en: <http://grados.ugr.es/pages/acreditacion>.

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: 129

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: <http://vicengp.ugr.es> y 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).

OPTATIVIDAD	Carácter	CR.
Análisis de Datos Cualitativos	OPT	6
Desarrollo de Nuevos Productos	OPT	6
Gestión Medioambiental y de la Calidad Empresarial	OPT	6
Historia de la Actividad Comercial y el Marketing	OPT	6
Información Contable para la Gestión	OPT	6
Informática Aplicada a la Gestión Comercial	OPT	6
Ingles para la Comunicación Intercultural y la Negociación	OPT	6
Logística y Merchandising	OPT	6
Marketing Cultural y Turístico	OPT	6
Marketing Electrónico	OPT	6
Planificación de Medios y Soportes	OPT	6
Regimen Jurídico del Mercado	OPT	6
Sistemas Informaticos de Soporte a la Colaboración y la Decisión	OPT	6
Sociología del Consumo	OPT	6
Técnicas Estadísticas Multivariantes	OPT	6
Total		90

GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS OFERTA DE OPTATIVAS. CURSO 2015-16.					
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	Ingles para la Comunicación Intercultural y la Negociación	FILOLOGÍA INGLESA Y ALEMANA	6
Historia de la Actividad Comercial y del Marketing	HISTORIA E INSTITUCIONES ECONÓMICAS	6	Logística y Merchandising	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN MERCAD.	6
Información Contable para la Gestión	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD	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 2015/2016 podrán consultarse en la sección "alumnos" 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
- Plazo de solicitud de adaptación de diplomatuas-licenciaturas en extinción al grado correspondiente para alumnos matriculados en la Facultad.
- Plazos de solicitud por coincidencia de exámenes para cada una de las convocatorias.
- Plazo de solicitud de presentación a la convocatoria especial de diciembre.
- Plazos de solicitud de dispensa de convocatoria, compensación curricular y suspensión del plazo de permanencia para estudiantes de grado.

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 29 de noviembre de 2010, y en el Consejo Social con fecha 5 de abril de 2011).

A continuación se exponen los puntos más significativos de las mismas:

- 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 contabilizarán todas en las que se matricule el estudiante, aunque no se presente a los procedimientos de evaluación y figure en las actas con la anotación de "No Presentado"**.
- Cuando existan causas justificadas que impidan al estudiante someterse a evaluación en el tiempo y forma programados, se podrá solicitar la **DISPENSA DE ESA CONVOCATORIA** en los plazos establecidos. La dispensa de convocatoria podrá afectar a todas o algunas de las asignaturas en las que se encuentre matriculado el estudiante.
- Para poder proseguir sus estudios, los estudiantes matriculados en cualquier titulación de la Universidad de Granada **deberán superar, en su primer año académico, al menos el 20% de los créditos** matriculados e impartidos en el primer curso del plan de estudios correspondiente. El que no supere ese mínimo no podrá volver a matricularse en la misma titulación.
- **El número máximo de semestres de permanencia** en los grados impartidos en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales **será de 14 semestres** consecutivos, **salvo en la doble titulación GADE-DERECHO que será de 18 semestres**.
- Los estudiantes que incumplan algunos de los requisitos de permanencia (Ver Normas de Permanencia completas) no podrán proseguir sus estudios en la titulación en la que se encontraran matriculados.
- Los estudiantes que voluntariamente decidan abandonar sus estudios deberán solicitar al inicio la suspensión del plazo de permanencia.

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 la Instrucción publicada en el BOUGR nº 78 el 10/02/2014.

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 (diciembre)**, 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.

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 agotado, al menos, cuatro convocatorias, la última de ellas ante tribunal.

(La evaluación por Tribunal deberá solicitarse al Departamento, mediante escrito motivando las circunstancias extraordinarias que lo justifican, con una antelación mínima de quince días hábiles a la fecha del inicio del periodo de pruebas finales de cada convocatoria, renunciando a las calificaciones obtenidas mediante realización de las distintas pruebas de la evaluación continua)

- 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.

2.6. RECONOCIMIENTOS

El estudiante deberá consultar el Título V (Adaptación, Reconocimiento y Transferencia de Créditos) 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).

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. PRÁCTICAS EXTERNAS

- El alumno podrá cursar **PRÁCTICAS EN EMPRESAS** de carácter optativo en instituciones y empresas que tengan convenios con la Universidad de Granada.
- Estas prácticas podrán ser reconocidas por la **asignatura optativa PRÁCTICAS EXTERNAS** de 12 créditos, ofertada en 4º curso de grado, cuando el alumno realice un mínimo de 360 horas (no una fracción menor, 12 créditos=360horas). En caso de realizar menos horas no se podrá aprobar la asignatura.
En concreto, las prácticas que serán susceptibles de **reconocimiento** por la asignatura optativa PRÁCTICAS EXTERNAS del plan de estudios son las siguientes:
 - o Las reguladas de acuerdo con el Reglamento de Prácticas de la Universidad de Granada (a través de ICARO).
 - o Las realizadas en el extranjero al amparo de convenios específicos de la Universidad de Granada.
 - o Las realizadas en el marco del Plan de Formación Interna de la Universidad de Granada.
 - o Las realizadas en el marco de Programas de Prácticas Transnacionales para Estudiantes (Erasmus).
- Con anterioridad al inicio de las prácticas, el alumno deberá solicitar en la secretaría de la Facultad un **TUTOR**, que le será asignado por el Centro, independientemente del asignado por el Vicerrectorado de Estudiantes.
- Para realizar prácticas en empresas, el **alumno debe haber superado en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados los 72 créditos de carácter básico más 90 créditos de carácter obligatorio**. En caso de iniciar las prácticas **sin cumplir con dichos requisitos académicos**, estas prácticas sólo podrían figurar en su expediente como extracurriculares y en ningún momento, aun cumpliendo los requisitos con posteridad, podrán ser reconocidas como curriculares.
- La **MATRÍCULA** de la asignatura Prácticas Externas se realizará en la secretaría de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- En el caso de que los alumnos realicen prácticas en empresas reguladas de acuerdo con el Reglamento de prácticas de la Universidad de Granada (a través de **ÍCARO**) para poder **matricularse** de la asignatura optativa Prácticas Externas deberán:
 - En primer lugar, **HABERSE INSCRITO** en la plataforma ÍCARO con anterioridad.
 - En segundo lugar, **HABER SIDO ACEPTADO** por la empresa en la que van a realizarse las prácticas (Documento de aceptación de prácticas en empresa).
 - En tercer lugar, presentar en la Secretaría de la Facultad:
 - El Documento de aceptación de prácticas en Empresas de la Oficina de Promoción de Empleo y Prácticas (Vicerrectorado de Estudiantes).

- La Documentación de inicio de prácticas, a disposición del alumno en la página web y en la Conserjería de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- En caso de iniciar las prácticas en empresas a través de ICARO y cursar las 360 horas correspondientes **sin cumplir los requisitos académicos anteriormente expuestos**, el alumno deberá considerar, además, que no podrá realizar nuevas prácticas a través de ICARO que figuren en su expediente como curriculares.
 - Aquellos estudiantes que **realicen las prácticas en empresas durante los meses de verano** y deseen que éstas sean reconocidas en su expediente por la asignatura optativa “prácticas externas”, deberán considerar que:
 1. El alumno **podrá matricularse** de la asignatura “prácticas externas” teniendo en cuenta que en caso de estar matriculado en dos optativas (12 créditos) en espera de ser aceptado por una empresa para realizar las prácticas, sólo podrá permutar la matrícula de dichas optativas por la correspondiente a las “prácticas externas” si se matricula en esta asignatura con anterioridad al inicio del periodo oficial de exámenes de la convocatoria ordinaria de junio-julio fijado por la Universidad de Granada. En caso contrario, no podrá realizarse dicha permuta y, el alumno podrá matricularse en la asignatura “prácticas externas” abonando los precios públicos correspondientes a 12 créditos.

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 toda la documentación necesaria para su evaluación un día antes de que finalice el periodo oficial de exámenes de dicha convocatoria. En caso contrario, en el acta de septiembre figurará la calificación “No presentado” y el alumno deberá **matricularse por segunda vez** de la asignatura prácticas externas en el curso académico siguiente. En concreto, su calificación podrá figurar en las actas de la **convocatoria extraordinaria de diciembre**, cuando cumpliendo con los requisitos establecidos para optar a dicha convocatoria así lo solicite, o bien en las actas de la **convocatoria ordinaria de junio-julio** cuando el estudiante no solicite o no pueda solicitar la convocatoria extraordinaria de diciembre.
 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, deberá matricularse el curso académico siguiente para que dicha calificación figure en su expediente, en concreto, en la **convocatoria ordinaria de junio-julio** de dicho curso, puesto que al ser primera matrícula el alumno no podrá solicitar la convocatoria extraordinaria de diciembre.

Para más información, el alumno deberá consultar el “**Reglamento para el reconocimiento académico de las prácticas en empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales**”.

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.
- 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 *

* Plan Docente del curso académico 2015-2016 aprobado en Junta de Facultad de 21 de abril de 2015.

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 Semestre

1º A MIM. PRIMER SEMESTRE (D21)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
8:30 a 9:30			MAT		FDAE
9:30 a 10:30			MAT		FDAE
10:30 a 11:30	MAT (E23)		IOF	FDAE	IOF
11:30 a 12:30	MAT (E23)		IOF	FDAE	IOF
12:30 a 13:30	EP (E23)		IMK	EP	IMK
13:30 a 14:30	EP (E23)		IMK	EP	IMK

1º B MIM. PRIMER SEMESTRE (D21)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
15:30 a 16:30	MAT		MAT		FDAE
16:30 a 17:30	MAT		MAT		FDAE
17:30 a 18:30	FDAE	EP	IMK	EP	IOF
18:30 a 19:30	FDAE	EP	IMK	EP	IOF
19:30 a 20:30		IMK		IOF	
20:30 a 21:30		IMK		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	Moreno Herrero, M ^º Dolores
		B	Moreno Herrero, M ^º Dolores
FDAE: FUNDAMENTOS DE DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	Organización de Empresas	A	Ortega Egea, María Teresa
		B	Navarro Paule, Andrés José Torre Ruiz, Jose Manuel de la
IMK: INTRODUCCIÓN AL MARKETING	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Ruiz Espinosa, Francisco
		B	Delgado Muñoz, Francisco Javier
IOF: INTRODUCCIÓN A LAS OPERACIONES FINANCIERAS	Economía Financiera y Contabilidad	A	Alcaraz Quiles, Francisco José
		B	Gómez López, Roberto
MAT: MATEMÁTICAS	Matemática Aplicada	A	Alonso Alonso, José Miguel
		B	Alonso Alonso, José Miguel

(*) El correo electrónico del profesorado puede consultarse en <http://directorio.ugr.es>

2º A MIM. PRIMER SEMESTRE (E10)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
8:30 a 9:30					
9:30 a 10:30					
10:30 a 11:30	DC-2	DC-2	EEM	EEM	MA
11:30 a 12:30	DC-2	DC-2	EEM	EEM	MA
12:30 a 13:30	TC-1	TC-1	MA	DAE	DAE
13:30 a 14:30	TC-1	TC-1	MA	DAE	DAE

2º B MIM. PRIMER SEMESTRE (E10)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
15:30 a 16:30	DC-2	DC-2		MA	
16:30 a 17:30	DC-2	DC-2		MA	
17:30 a 18:30	EEM	DAE	MA	TC-1	
18:30 a 19:30	EEM	DAE	MA	TC-1	
19:30 a 20:30	TC-1	EEM	DAE		
20:30 a 21:30	TC-1	EEM	DAE		

DAE: DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
 DC-2: DIRECCIÓN COMERCIAL II
 EEM: ECONOMÍA ESPAÑOLA Y MUNDIAL
 MA: MACROECONOMÍA
 TC-1: TÉCNICAS CUANTITATIVAS I

Asignatura	Departamento	Grupo	Profesor(*)
DAE: DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	Organización de Empresas	A	Barrales Molina, Vanessa Casado Mateos, María Amparo
		B	Martínez López, Francisco José Tamayo Torres, Javier
DC-2: DIRECCIÓN COMERCIAL II	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Sánchez Fernández, Juan
		B	Montoro Ríos, Francisco Javier
EEM: ECONOMÍA ESPAÑOLA Y MUNDIAL	Economía Internacional y de España	A	García Velasco, Marcos Miguel Ostos Rey, Sol
		B	Mihi Ramírez, Anotnio Luis
MA: MACROECONOMÍA	Economía Aplicada	A	González Blasco, Juan M.
		B	González Blasco, Juan M. Villar Rubio, Elena
TC-1: TÉCNICAS CUANTITATIVAS I	Met. Cuant. Economía y Empresa	A	Tapia García, Juan Miguel
		B	Tapia García, Juan Miguel

(*) El correo electrónico del profesorado puede consultarse en <http://directorio.ugr.es>

3º A MIM. PRIMER SEMESTRE (E25)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
8:30 a 9:30	DV	DV			CEX (E19)
9:30 a 10:30	DV	DV			CEX (E19)
10:30 a 11:30	ECO	ECO	CIMK-2		CIMK-2 (E19)
11:30 a 12:30	ECO	ECO	CIMK-2		CIMK-2 (E19)
12:30 a 13:30	IM-2		CEX		IM-2 (E19)
13:30 a 14:30	IM-2		CEX		IM-2 (E19)

3º B MIM. PRIMER SEMESTRE (E25)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
15:30 a 16:30		CEX	ECO	CEX	DV (D04)
16:30 a 17:30		CEX	ECO	CEX	DV (D04)
17:30 a 18:30	IM-2	DV	IM-2	CIMK-2	ECO (D04)
18:30 a 19:30	IM-2	DV	IM-2	CIMK-2	ECO (D04)
19:30 a 20:30	CIMK-2				
20:30 a 21:30	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	Crespo Almendros, Esmeralda
		B	Valverde García, Francisco Javier
DV: DIRECCIÓN DE VENTAS	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Viedma del Jesús, María Isabel
		B	Liébana Cabanillas, Francisco José
ECO: ECONOMETRÍA	Met. Cuant. Economía y Empresa	A	Chica Olmo, Jorge M. Pérez Sánchez, Jose María
		B	Fernández Sánchez, M ^a del Pilar
IM-2: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Ibañez Zapata, Jose Angel
		B	Muñoz Leiva, Francisco

(*) El correo electrónico del profesorado puede consultarse en <http://directorio.ugr.es>

OBLIGATORIAS 4º CURSO Y OPTATIVAS MIM. PRIMER SEMESTRE. MAÑANA					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
8:30 a 9:30			CE (D22)		
9:30 a 10:30			CE (D22)		
10:30 a 11:30	ICG (E29)	DNP (E27)	DNP (D22)	CE (E25)	MKSP (E25)
11:30 a 12:30	ADC (E29)	DNP (E27)	DNP (D22)	CE (E25)	MKSP (E25)
12:30 a 13:30	IAGC (Gr.1 – Ai1) (Gr.2 – Ai2)	ICG (E25)	IAGC (D22)	MKSP (E25)	ADC (E25)
13:30 a 14:30	IAGC (Gr.1 – Ai1) (Gr.2 – Ai2)	ICG (E25)	IAGC (D22)	MKSP (E25)	ADC (E25)

* Prácticas externas: El alumno podrá cursar además prácticas externas de carácter optativo (consultar el apartado 2 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
 ICG (optativa): INFORMACIÓN CONTABLE PARA LA GESTIÓN

OBLIGATORIAS 4º CURSO Y OPTATIVAS MIM. PRIMER SEMESTRE. TARDE					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
15:30 a 16:30	PMS (E19)	PMS (D27)	CE (D15)	MKSP (D15)	
16:30 a 17:30	PMS (E19)	PMS (D27)	CE (D15)	MKSP (D15)	
17:30 a 18:30	TEM (Ai3)	TEM (Ai1)	MKSP (D15)	CE (D15)	
18:30 a 19:30	TEM (Ai3)	HACM (E12)	MKSP (D15)	CE (D15)	
19:30 a 20:30		HACM (E12)		HACM (D15)	
20:30 a 21:30					

* Prácticas externas: El alumno podrá cursar además prácticas externas de carácter optativo (consultar el apartado 2 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	López Pérez, María Victoria Pérez de la Blanca Capilla, Ramiro Rodríguez Ariza, Lázaro Romero Frías, Esteban
		B	López Pérez, María Victoria Pérez de la Blanca Capilla, Ramiro Romero Frías, Esteban
MKSP: MARKETING SOCIAL Y POLÍTICO	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Rey Pino, Juan Miguel
		B	Rey Pino, Juan Miguel
Asignaturas optativas	Departamento	Grupo	Profesor(*)
ADC: ANÁLISIS DE DATOS CUALITATIVOS	Estadística e Investigación Operativa	A	Aguilera del Pino, Ana María
DNP: DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Frías Jamilena, Dolores María
HACM: HISTORIA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y DEL MARKETING	Teoría e Historia Económica	A	Núñez Romero-Balmas, Gregorio
ICG: INFORMACIÓN CONTABLE PARA LA GESTIÓN	Economía Financiera y Contabilidad	A	Cáceres Salas, José
IAGC: INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN COMERCIAL	Lenguaje y Sistemas Informáticos	A	Hurtado Torres, María Visitación
PMS: PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y SOPORTES	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Del Barrio García, Salvador
TEM: TÉCNICAS ESTADÍSTICAS MULTIVARIANTES	Estadística e Investigación Operativa	A	Quesada Rubio, José Manuel

(*) El correo electrónico del profesorado puede consultarse en [http:// directorio.ugr.es](http://directorio.ugr.es)

2º Semestre*

* Plan Docente del curso académico 2015-2016 aprobado en Junta de Facultad de 21 de abril de 2015.

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 (E15)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
8:30 a 9:30	ID	MICRO	ID		
9:30 a 10:30	ID	MICRO	ID		
10:30 a 11:30	MICRO	CG	DC-1	HDEMC	
11:30 a 12:30	MICRO	CG	DC-1	HDEMC	
12:30 a 13:30	DC-1		HDEMC	CG	
13:30 a 14:30	DC-1		HDEMC	CG	

1º B MIM. SEGUNDO SEMESTRE (E15)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
15:30 a 16:30			HDEMC		
16:30 a 17:30			HDEMC		
17:30 a 18:30	MICRO	ID	DC-1	HDEMC	DC-1 (D25)
18:30 a 19:30	MICRO	ID	DC-1	HDEMC	DC-1 (D25)
19:30 a 20:30	ID	MICRO		CG	CG (D25)
20:30 a 21:30	ID	MICRO		CG	CG (D25)

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	Pérez López, Gemma
		B	Castillo Batres, María Teresa
DC-I: DIRECCIÓN COMERCIAL I	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Arias Horcajadas, M ^a Isabel
		B	Prados Peña, María Belén
HDEMC: HISTORIA DEL DESARROLLO ECONÓMICO MUNDIAL CONTEMPORÁNEO	Teoría e Historia Económica	A	Castellano Montes, María Teresa
		B	Caruana de las Cagigas, Leonardo Roberto
ID: INTRODUCCIÓN AL DERECHO	Derecho Civil	A	Benavides Delgado, Santiago Bustos Valdivia, Ceferino
		B	Benavides Delgado, Santiago
MICRO: MICROECONOMÍA	Economía Aplicada	A	Carmona López, Jesús Ignacio
		B	Salas Velasco, Manuel

(*) El correo electrónico del profesorado puede consultarse en <http://directorio.ugr.es>

2º A MIM. SEGUNDO SEMESTRE (D04)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
8:30 a 9:30	TC-2		IM-1		
9:30 a 10:30	TC-2		IM-1		
10:30 a 11:30	IM-1	CIMK-1	CIMK-1	DISC-1	
11:30 a 12:30	IM-1	CIMK-1	CIMK-1	DISC-1	
12:30 a 13:30	CC	DISC-1	TC-2	CC	
13:30 a 14:30	CC	DISC-1	TC-2	CC	

2º B MIM. SEGUNDO SEMESTRE (D04)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
15:30 a 16:30	IM-1	TC-2	IM-1	DISC-1	
16:30 a 17:30	IM-1	TC-2	IM-1	DISC-1	
17:30 a 18:30	DISC-1	CIMK-1	CC	CC	
18:30 a 19:30	DISC-1	CIMK-1	CC	CC	
19:30 a 20:30	TC-2			CIMK-1	
20:30 a 21:30	TC-2			CIMK-1	

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	Fuentes Moreno, Francisca
		B	Rodríguez Molina, Miguel Angel
CIMK-1: COMUNICACIÓN INTEGRADA PARA EL MARKETING I	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Crespo Almendros, Esmeralda
		B	Delgado Muñoz, Francisco Javier
DISC-1: DISTRIBUCIÓN COMERCIAL I	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Fuentes Moreno, Francisca
		B	Ladrón Galán, Francisco Maraver Tarifa, Guillermo
IM-1: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Luque Martínez, Teodoro
		B	Muñoz Leiva, Francisco Rejón Guardia, Francisco
TC-2: TÉCNICAS CUANTITATIVAS II	Métodos Cuantitativos para la Economía y Empresa	A	Cano Guervos, Rafael
		B	Roldán López de Hierro, Antonio Francisco

(*) El correo electrónico del profesorado puede consultarse en <http://directorio.ugr.es>

3º A MIM. SEGUNDO SEMESTRE (E23)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
8:30 a 9:30				MI	
9:30 a 10:30				MI	
10:30 a 11:30	IM-3	DISC-2	MI	TC-3	IM-3 (E13)
11:30 a 12:30	IM-3	DISC-2	MI	TC-3	IM-3 (E13)
12:30 a 13:30	MS	MS	TC-3		DISC-2 (E13)
13:30 a 14:30	MS	MS	TC-3		DISC-2 (E13)

3º B MIM. SEGUNDO SEMESTRE (E23)					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
15:30 a 16:30	MS	MS	TC-3	TC-3	
16:30 a 17:30	MS	MS	TC-3	TC-3	
17:30 a 18:30	MI	DISC-2	MI	DISC-2	
18:30 a 19:30	MI	DISC-2	MI	DISC-2	
19:30 a 20:30	IM-3	IM-3			
20:30 a 21:30	IM-3	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	Maraver Tarifa, Guillermo
IM-3: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS III	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Castañeda Garcia, Jose Alberto
		B	Rodríguez Molina, Miguel Angel
MI: MARKETING INTERNACIONAL	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Rejón Guardia, Francisco
		B	Rejón Guardia, Francisco
MS: MARKETING SECTORIAL	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Cañadas Soriano, Paloma María
		B	Cañadas Soriano, Paloma María
TC-3: TÉCNICAS CUANTITATIVAS III	Met. Cuant. Economía y Empresa	A	Muñoz Rosas, Juan Francisco
		B	Alvarez Verdejo, Encarnación

(*) El correo electrónico del profesorado puede consultarse en [http:// directorio.ugr.es](http://directorio.ugr.es)

OPTATIVAS MIM. SEGUNDO SEMESTRE. MAÑANA					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	
8:30 a 9:30	SISCD (E02)			SISCD (Gr.1 - Ai1)	
9:30 a 10:30	SISCD (E02)			SISCD (Gr.1 - Ai1)	
10:30 a 11:30	ING (E02)	LyM (E02)	LyM (E25)	MCT (E16)	
11:30 a 12:30	ING (E02)	LyM (E02)	LyM (E25)	MCT (E16)	
12:30 a 13:30		ING (E02)	MCT (E25)	SISCD (Gr.2 - Ai2)	
13:30 a 14:30		ING (E02)	MCT (E25)	SISCD (Gr.2 - Ai2)	

* Prácticas externas: El alumno podrá cursar además prácticas externas de carácter optativo (consultar el apartado 2 de esta guía).

ING: INGLÉS PARA LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL Y LA NEGOCIACIÓN

LyM: LOGÍSTICA Y MERCHANDISING

MCT: MARKETING CULTURAL Y TURÍSTICO

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

OPTATIVAS MIM. SEGUNDO SEMESTRE. TARDE					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
15:30 a 16:30	RJM (E00)	SC (E00)	SC (E19)		
16:30 a 17:30	RJM (E00)	SC (E00)	SC (E19)		
17:30 a 18:30	ME (E00)	RJM (E00)	ME (E19)		
18:30 a 19:30	ME (E00)	RJM (E00)	ME (E19)		
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 de esta guía).

ME: MARKETING ELECTRÓNICO

RJM: RÉGIMEN JURÍDICO DEL MERCADO

SC: SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO

Asignatura	Departamento	Grupo	Profesor *
ING: INGLÉS PARA LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL Y LA NEGOCIACIÓN	Filología inglesa y alemana	A	Felices Lago, Ángel María
LYM: LOGÍSTICA Y MERCHANDISING	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Muñoz Leiva, Francisco
ME:MARKETING CULTURAL Y TURÍSTICO	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Frías Jamilena, Dolores María
ME:MARKETING ELECTRÓNICO	Comercialización e Investigación de Mercados	A	Castañeda García, José Alberto Martínez Suárez, Rocío
RJM: RÉGIMEN JURÍDICO DEL MERCADO	Derecho Mercantil y Romano	A	Pérez-Serrabona González, Francisco Javier
SC: SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO	Sociología	A	Fernández Castaño, Félix
SICD: SISTEMAS INFORMÁTICOS DE SOPORTE A LA COLABORACIÓN Y LA DECISIÓN	Lenguajes y Sistemas Informáticos	A	Samos Jiménez, José

(*) El correo electrónico del profesorado puede consultarse en [http:// directorio.ugr.es](http://directorio.ugr.es)

4. Convocatorias de Exámenes*

* En esta guía figura el tiempo máximo que el Centro ha asignado a cada uno de los exámenes para su realización. Sin embargo, será el profesor de cada asignatura el que establezca la duración real de dichos exámenes.

**GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
CURSO 2015-2016
CONVOCATORIA DE FEBRERO**

PRIMER CURSO

ASIGNATURA	FECHA	HORA	AULAS
ECONOMÍA POLÍTICA	2-febrero	9:30-12:30	D16-D17
FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS	10-febrero	9:30-12:30	E10-E12-E13-E15
INTRODUCCIÓN A LAS OPERACIONES FINANCIERAS	25-enero	9:30-12:30	D24-D26-D27-E10
INTRODUCCIÓN AL MARKETING	28-enero	9:30-12:30	D25-D26-D27
MATEMÁTICAS	5-febrero	9:30-12:30	D25-D26-D27

SEGUNDO CURSO

ASIGNATURA	FECHA	HORA	AULAS
DIRECCIÓN COMERCIAL II	26-enero	9:30-12:30	D04-D11-D12
DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	29-enero	9:30-12:30	D23-D24-D25
ECONOMÍA ESPAÑOLA Y MUNDIAL	3-febrero	10:00-12:30	D16-D17
MACROECONOMÍA	11-febrero	16:00-19:00	D22-D23-D24
TÉCNICAS CUANTITATIVAS I	8-febrero	16:00-19:00	D25-D26-D27

TERCER CURSO

ASIGNATURA	FECHA	HORA	AULAS
COMERCIO EXTERIOR	1-febrero	9:30-12:30	D14-D15-D26-D27
COMUNICACIÓN INTEGRADA PARA EL MARKETING II	12-febrero	16:00-19:00	D25-D26-D27
DIRECCIÓN DE VENTAS	4-febrero	9:30-12:30	D01-D02-D03
ECONOMETRÍA	9-febrero	9:30-12:30	D13-D23-D24
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II	27-enero	16:00-19:00	D02-D03-D04

CUARTO CURSO

ASIGNATURA	FECHA	HORA	AULAS
CREACIÓN DE EMPRESAS	2-febrero	16:00-19:00	D12
MARKETING SOCIAL Y POLÍTICO	10-febrero	16:00-19:00	D23-D24

OPTATIVIDAD

ASIGNATURA	FECHA	HORA	AULAS
ANÁLISIS DE DATOS CUALITATIVOS	27-enero	9:30-12:30	D03-D04
DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS	12-febrero	9:30-12:30	D01-D02
HISTORIA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y DEL MARKETING	5-febrero	16:00-19:00	D27
INFORMACIÓN CONTABLE PARA LA GESTIÓN	3-febrero	16:00-19:00	D24-D25
INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN COMERCIAL	25-enero	16:00-17:30 (exámen teoría)	D21
		17:30-19:30 (exámen práctico)	Aulas Informática Ai1 y Ai2
PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y SOPORTES	8-febrero	9:30-12:30	D13-D14
TÉCNICAS ESTADÍSTICAS MULTIVARIANTES	29-enero	16:00-19:00	D04-D05

**GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
CURSO 2015-2016
CONVOCATORIA DE JUNIO**

PRIMER CURSO

ASIGNATURA	FECHA	HORA	AULAS
CONTABILIDAD GENERAL	27-junio	9:30-12:30	E10-E11-E12-E13
DIRECCION COMERCIAL-I	21-junio	8:30-11:30	D01-D02-D03-D04
HISTORIA DEL DESARROLLO ECONÓMICO MUNDIAL CONTEMPORÁNEO	14-junio	8:30-11:30	D22-D23-D24
INTRODUCCIÓN AL DERECHO	17-junio	8:30-11:30	D25-D26-D27
MICROECONOMÍA	1-julio	8:30-11:30	D01-D02-D03-D04

SEGUNDO CURSO

ASIGNATURA	FECHA	HORA	AULAS
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	15-junio	12:00-15:00	D01-D02-D03
COMUNICACIÓN INTEGRADA PARA EL MARKETING I	4-julio	12:00-15:00	D01-D02-D03
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL I	28-junio	8:30-11:30	D25-D26-D27
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I	24-junio	8:30-11:30	D24-D25-D26-D27
TÉCNICAS CUANTITATIVAS II	20-junio	12:00-15:00	D24-D25-D26-D27

TERCER CURSO

ASIGNATURA	FECHA	HORA	AULAS
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL II	13-junio	12:00-15:00	D25-D26-D27
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS III	22-junio	12:00-15:00	D01-D02-D03
MARKETING INTERNACIONAL	5-julio	8:30-11:30	D01-D02-D03
MARKETING SECTORIAL	29-junio	12:00-15:00	D23-D24-D25
TÉCNICAS CUANTITATIVAS III	16-junio	12:00-15:00	D25-D26-D27

OPTATIVIDAD

ASIGNATURA	FECHA	HORA	AULAS
INGLÉS PARA LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL Y LA NEGOCIACIÓN	20-junio	18:00-21:00	D21-D22
LOGÍSTICA Y MERCHANDISING	10-junio	9:30-12:30	D23-D24
MARKETING CULTURAL Y TURÍSTICO	23-junio	9:30-12:30	D23-D24
MARKETING ELECTRÓNICO	14-junio	18:00-21:00	D25-D26
RÉGIMEN JURÍDICO DEL MERCADO	17-junio	18:00-21:00	D21

ASIGNATURA	FECHA	HORA	AULAS
SISTEMAS INFORMÁTICOS DE SOPORTE A LA COLABORACIÓN Y LA DECISIÓN	1-julio	17:00-18:30	D16
		18:30-20:30 (examen práctico)	Aula de Informática Ai1 y Ai2
SOCIOLOGÍA DE CONSUMO	27-junio	18:00-21:00	D01-D02

**GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
CURSO 2015-2016
CONVOCATORIA DE SEPTIEMBRE**

PRIMER CURSO

ASIGNATURA	FECHA	HORA	AULAS
CONTABILIDAD GENERAL	8-septiembre	12:00-15:00	D24-D25
DIRECCION COMERCIAL-I	2-septiembre	8:30-11:30	D22-D23
ECONOMÍA POLÍTICA	15-septiembre	12:00-15:00	D24-D25
FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS	19-septiembre	12:00-15:00	D24-D25
HISTORIA DEL DESARROLLO ECONÓMICO MUNDIAL CONTEMPORÁNEO	9-septiembre	9:30-12:30	D04-D05
INTRODUCCIÓN A LAS OPERACIONES FINANCIERAS	7-septiembre	12:00-15:00	D26-D27
INTRODUCCIÓN AL DERECHO	13-septiembre	8:30-11:30	D26-D27
INTRODUCCIÓN AL MARKETING	16-septiembre	8:30-11:30	D24-D25
MATEMATICAS	5-septiembre	15:15-18:15	D22-D23
MICROECONOMÍA	12-septiembre	12:00-15:00	D24-D25

SEGUNDO CURSO

ASIGNATURA	FECHA	HORA	AULAS
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	13-septiembre	18:00-21:00	D11-D12-D13
COMUNICACIÓN INTEGRADA PARA EL MARKETING I	5-septiembre	8:30-11:30	D22-D23
DIRECCIÓN COMERCIAL II	16-septiembre	18:00-21:00	D24-D25
DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	7-septiembre	18:00-21:00	D26-D27
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL I	9-septiembre	18:00-21:30	D25-D26
ECONOMÍA ESPAÑOLA Y MUNDIAL	19-septiembre	18:00-21:00	D26-D27
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I	8-septiembre	18:30-21:30	D26-D27
MACROECONOMÍA	2-septiembre	18:00-21:00	D22-D23
TÉCNICAS CUANTITATIVAS I	1-septiembre	9:30-12:30	D22-D23
TÉCNICAS CUANTITATIVAS II	15-septiembre	18:00-21:00	D04-D05

TERCER CURSO

ASIGNATURA	FECHA	HORA	AULAS
COMERCIO EXTERIOR	9-septiembre	9:30-12:30	E10-E13-E15
COMUNICACIÓN INTEGRADA PARA EL MARKETING II	8-septiembre	8:30-11:30	D24-D25
DIRECCIÓN DE VENTAS	5-septiembre	18:30-21:30	D22-D23
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL II	1-septiembre	18:00-21:00	D23-D24
ECONOMETRÍA	16-septiembre	12:00-15:00	D24-D25
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II	19-septiembre	8:30-11:30	D26-D27
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS III	14-septiembre	18:00-21:00	D24-D25
MARKETING INTERNACIONAL	12-septiembre	18:30-21:30	D24-D25
MARKETING SECTORIAL	6-septiembre	18:00-21:00	D22-D23
TÉCNICAS CUANTITATIVAS III	2-septiembre	12:00-15:00	D22-D23

CUARTO CURSO

ASIGNATURA	FECHA	HORA	AULAS
CREACIÓN DE EMPRESAS	14-septiembre	9:30-12:30	D11
MARKETING SOCIAL Y POLÍTICO	15-septiembre	8:30-11:30	D04-D05

OPTATIVIDAD

ASIGNATURA	FECHA	HORA	AULAS
ANÁLISIS DE DATOS CUALITATIVOS	19-septiembre	18:00-21:00	E20
DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS	14-septiembre	9:30-12:30	D27
HISTORIA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL Y DEL MARKETING	13-septiembre	18:00-21:00	D15
INFORMACIÓN CONTABLE PARA LA GESTIÓN	13-septiembre	12:00-15:00	D22
INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN COMERCIAL	9-septiembre	17:00-18:30 (Teoría)	E15-E19
		18:30-20:30 (Práctica)	Aula de informática Ai1
INGLÉS PARA LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL Y LA NEGOCIACIÓN	15-septiembre	18:00-21:00	D11-D12
LOGÍSTICA Y MERCHANDISING	7-septiembre	8:30-11:30	D27
MARKETING CULTURAL Y TURÍSTICO	2-septiembre	18:00-21:00	E10-E13
MARKETING ELECTRÓNICO	1-septiembre	9:30-12:30	E15
PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y SOPORTES	8-septiembre	18:30-21:30	D24

ASIGNATURA	FECHA	HORA	AULAS
RÉGIMEN JURÍDICO DEL MERCADO	12-septiembre	8:30-11:30	D25
SISTEMAS INFORMÁTICOS DE SOPORTE A LA COLABORACIÓN Y LA DECISIÓN	5-septiembre	8:30-10:00 (Teoría)	E10-E13
		10:00-12:00 (Práctica)	Aula de Informática Ai1
SOCIOLOGÍA DE CONSUMO	6-septiembre	9:30-12:30	D27
TÉCNICAS ESTADÍSTICAS MULTIVARIANTES	16-septiembre	18:00-21:00	E00