

DOBLE GRADO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

		PRIMERO					SEGUNDO					TERCERO					CUARTO					QUINTO								
		PUB+MIM					PUB+MIM					PUB+MIM					PUB+MIM					PUB+MIM								
		MAÑANA					MAÑANA					MAÑANA					MAÑANA					MAÑANA								
		L	M	X	J	V	L	M	X	J	V	L	M	X	J	V	L	M	X	J	V	L	M	X	J	V				
PRIMERO	9-11		L-T/P	TI-T/P	EC-T/P	DE1	9-11	PMS-T/P	DGCI-T/P	EFPP-T/P	ICC-T/P	DPEC-T/P1-P2	9-11	DE2	CP-T/P	DE2	MTIM-T/P	NTC-T/P	9-11		P&P-T/P		MACRO-T2/P	DE-T	9-11					
	11-13	L-T	TI-T	DE1	M-T	EC-T	11-13	DPEC-T	ICC-T	DGCI-T	PMS-T	EFPP-T	11-13	MTIM-T	CDCS-T	CP-T	NTC-T	TCIE-T	11-13	IM1-T	DC1-T	DC1-T/P	DM-T	P&P-T DM-T/P	11-13		IFP T	IFP P		
	13-15	M G2					13-15	EA-T (2)	EA-T/P,G4,G5,G6				13-15	TCIE-T/P		CDCS-T/P			13-15		MACRO-T2		IM1-T/P	DE-T/P	13-15					
	PUB+MIM		TARDE															PUB+MIM												
			L	M	X	J	V											L					M	X	J	V				
	15-17		IEE-T															15-17					HCEN-T							
	17-19																	17-19					CE							
	19-21																	19-21					HCEN-T/P							
	TI	Teoría de la Imagen					EA	Estadística Avanzada					MTIM	Métodos y técnicas de investigación de medios y audiencias					DM	Dirección de Marketing					IFP	Inglés para fines profesionales				
	L	La Lengua Española en la Publicidad y las RR.PP.					EFPP	Evolución de las Formas y Procesos de la Publicidad					CP	Creatividad Publicitaria					DE	Dirección de Empresas					HCEN	Habilidades Comunicativas, Emocionales o de Negociación				
EC	Economía					DGCI	Diseño y Gestión de la Comunicación Institucional					NTC	Nuevas tecnologías en comunicación					DC1	Distribución Comercial I					CE	Creación de Empresas					
M	Matemáticas					DPEC	Dirección y Planificación Estratégica en Comunicación					CDCS	Comunicación para el desarrollo y el cambio social					IM1	Investigación de Mercados I					OPTATIVA 3						
IEE	Introducción a la Economía de la Empresa					PMS	Planificación de Medios y Soportes					TCIE	Talleres de comunicación e inteligencia emocional					MACRO	Macroeconomía											
DE1	Derecho empresarial I					ICC	La Investigación Científica en Comunicación					DE2	Derecho Empresarial II					P&P	Precio y Producto											
SEGUNDO	9-11	E G1/G2	EPR-T/P	MIC-T/P	HIC G1/G2	TC-T/P	9-11	SCE1 T-P	EFPPRR-T/P	DGMEC G1	MGC T/P	ICI-T/P	9-11	TPD-T/P	MEM-G1,G2	SCE2-T/P	TDP-T	9-11	DC2-T/P		IM2-T/P/G1-G2		MS-T/P	9-11						
	11-13	MIC-T	HIC-T	E-T	TC-T	EPR-T	11-13	ICI-T	MGC-T	EFPPRR-T	SCE1-T	DGMEC-T	11-13	MNL-T	SCE2-T	MEM-T(2)		CC-T	11-13		IM2-T	MS-T	DC2-T	11-13						
	13-15						13-15	IAEE-T(2)	IAEE-G1				13-15	CDHI-T	CDHI-T/P	MNL-T/P	CC-T/P	13-15						13-15						
	PUB+MIM		TARDE															PUB+MIM												
			L	M	X	J	V											L					M	X	J	V				
	15-17		IM-T/P															15-17					STRL-T/P							
	17-19																	17-19					STRL-T							
	19-21																	19-21					CE							
	IM	Introducción al Marketing					EFPPRR	Evolución de las Formas y Procesos de las RR.PP.					CDHI	Comunicación, Derechos Humanos e Igualdad					IM2	Investigación de Mercados II					STRL	Sociología del Trabajo y de las Relaciones Laborales				
	E	Estadística					ICI	Imagen Corporativa Institucional					SCE2	Sistemas de comunicación empresarial II					MS	Marketing Sectorial					CE	Creación de Empresas				
MIC	Microeconomía					MGC	Marketing y Gestión de Cuentas					TDPD	Talleres en dirección de proyectos digitales en Publicidad y RR.PP.					DC2	Distribución Comercial II					OPTATIVA 4						
TC	Teoría de la Comunicación					DGMEC	Diseño Gráfico, Multimedia y de Espacios Comerciales					MEM	Métodos Estadísticos Multivariantes					OPTATIVA 1												
EPR	Estructura de la Publicidad y las RR.PP.					SCE1	Sistemas de Comunicación Empresarial I					MNL	Marketing no lucrativo					OPTATIVA 2												
HIC	Herramientas Informáticas para la Comunicación					IAE	Instrumentos para el análisis del Entorno Económico					CC	Comportamiento del Consumidor																	