

MARKETING E INVESTIGACION DE MERCADOS

		PRIMERO					SEGUNDO					TERCERO					CUARTO									
		MIM	MANANA				1 SEM	MIM	MANANA				1 SEM	MIM	MANANA				1 SEM	MIM	TARDE				1 SEM	
SEMESTRE	PRIMERO		L	M	X	J	V		L	M	X	J	V		L	M	X	J	V							
		9-11	M G1	IEE-T/P M G3	IFE T-P	EC-T/P	DE1	9-11	DE2	EA G1/G2/G3	DE-P3 DE2	MACRO-T2-P	DE-T	9-11	MEIM-T	P&P-T/P	MEIM-T/G1	IM1 - P1 P3	CC1 T/P							
		11-13	IEE-T	IFE-T	DE1	M-T	EC-T	11-13	EA-T (1)	DE-P2	MACRO-T1	DM-T	DM-T/P	11-13	IM1-T	DC1-T	DC1-T/P	CC1-T	P&P-T							
		13-15	M G2	IEE-P	IFE-P	EC-P		13-15	EA-T (2)	EA-T/G4/G5/G6 MACRO-T2		MACRO-T1-P	DE-T/P1 DM-P	13-15	MEIM-G3	P&P-P	MEIM-G2 DC1 P	IM1-T/P	CC1 P							
			MIM	TARDE				1 SEM																		
			L	M	X	J	V														L	M	X	J	V	
		15-17	IEE-T	IFE-T/P G2	EC-T/P G1 Y G2	IEE-T/P														15-17	IEM-T/P IAM-G3	IAM-G1 HCEN-P2	IAM-T1	IEM-T		
		17-19	M-T	EC-T	DE1	IFE-T														17-19	HCEN-T	FV-T	IAM-T2 FV-P	CE		
		19-21	DE1	M G3 IFE-P G1	M G1 y G2	IEE-P														19-21	IEM-P HCEN-P3	IAM-G2 HCEN-T/P1	FV-T/P			
			IEE	Introducción a la Economía de la Empresa					EA	ESTADÍSTICA AVANZADA					IM1	Investigación de Mercados I					HCEN	Habilidades comunicativas, emocionales y de negociación				
	EC	Economía					MACRO	MACROECONOMÍA					P&P	Precio y Producto					IEM	Introducción al e – marketing						
	M	Matemáticas					DM	DIRECCIÓN DE MARKETING					DC1	Distribución Comercial I					FV	Fuerza de ventas						
	IFE	Introducción a las Finanzas Empresariales					DE2	DERECHO EMPRESARIAL II					CC1	Comunicación Comercial I					IAM	Inglés aplicado al marketing						
	DE1	Derecho empresarial 1					DE	DIRECCIÓN DE EMPRESAS					MEIM	Métodos Económicos para la Investigación de Mercados					CE	Creación de empresas						
SEGUNDO		L	M	X	J	V		L	M	X	J	V		L	M	X	J	V								
	9-11	E G1/G2	IM-T/P	MIC-T/P	H-T/P	FCF-T/P	9-11	IAE-T(1)	MEM G1/G2 IAE T/P-G3	MNL - P MEM T(1)	CC P	STCI-T/P	9-11	DC2-T/P	CC2-T/P1-P2	IM2-T/P/G1-G2	RCAC G3 IM-G5	MS-T/P								
	11-13	MIC-T	FCF-T	E-T	IM-T	H-T	11-13	MNL	IAE-T/P G2	MEM-T(2)	STCI-T	CC-T	11-13	DC2-P	IM2-T	MS-T	DC2-T	RCAC-T								
	13-15	E G3/G4	IM-P	MIC-P	H-P	FCF-P	13-15	IAE-T(2)	IAE-G1 MEM G3-G4	MNL T-P	CC -T/P	STCI-P	13-15	CC2 -T	CC2-P3	IM2-P-G3-G4 RCAC-	RCAC G2	MS-P								
		MIM	TARDE				2SEM																			
		L	M	X	J	V														L	M	X	J	V		
	15-17	E G1/G2			IM-T	H-T/P													15-17	STRL-T/P	DSIAM-T/P1/G1-	FMI-T/P	STRP-T/P			
	17-19	H-T	IM-T/P	E-T	MIC-T/P	FCF-T													17-19	DSIAM-T	FMI-T	STRL-T	CE			
	19-21	E G3	IM-P	MIC-T	FCF-T/P	H-P													19-21		DSIAM-P2/G3	FMI-P				
		IM	Introducción al Marketing					MEM	MÉTODOS ESTADÍSTICOS MULTIVARIANTES					IM2	Investigación de Mercados II					FMI	Fundamentos de marketing internacional					
	FCF	Fundamentos de Contabilidad Financiera					MNL	MARKETING NO LUCRATIVO					MS	Marketing Sectorial					STRL	Sociología del trabajo y de las relaciones laborales						
	H	Historia Económica					IAE	INTRUMENTOS PARA EL ANALISIS DEL ENTORNO ECONOMICO					DC2	Distribución Comercial II					CE	Creación de empresas						
	E	Estadística					CC	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR					CC2	Comunicación Comercial II					DSIAM	Dirección de sistemas de información aplicados al Marketing						
	MIC	Microeconomía					STCI	SOCIOLOGÍA Y TÉCNICAS CUALITATIVAS PARA LA INVESTIGACIÓN					RCAC	Redes de Computadoras y Aplicaciones de Comunicación												