



GMIM. Grado en Marketing e Investigación de Mercados

- Técnicas Cuantitativas I
 - [2011-2012 \(pdf\)](#)
 - [2012-2013 \(pdf\)](#)
 - [2013-2014 \(pdf\)](#)
 - [2014-2015 \(pdf\)](#)
 - [2015-2016 \(pdf\)](#)
 - [2016-2017 \(pdf\)](#)
 - [2017-2018 \(pdf\)](#)
 - [2018-2019 \(pdf\)](#)
 - [2019-2020 \(pdf\)](#)
 - [2020-2021 \(pdf\)](#)
- Técnicas Cuantitativas II
 - [2011-2012 \(pdf\)](#)
 - [2012-2013 \(pdf\)](#)
 - [2013-2014 \(pdf\)](#)
 - [2014-2015 \(pdf\)](#)
 - [2015-2016 \(pdf\)](#)
 - [2016-2017 \(pdf\)](#)
 - [2017-2018 \(pdf\)](#)
 - [2018-2019 \(pdf\)](#)
 - [2019-2020 \(pdf\)](#)
 - [2020-2021 \(pdf\)](#)
- Econometría
 - [2012-2013 \(pdf\)](#)
 - [2013-2014 \(pdf\)](#)
 - [2014-2015 \(pdf\)](#)
 - [2015-2016 \(pdf\)](#)
 - [2016-2017 \(pdf\)](#)
 - [2017-2018 \(pdf\)](#)
 - [2018-2019 \(pdf\)](#)
 - [2019-2020 \(pdf\)](#)
 - [2020-2021 \(pdf\)](#)
- Técnicas Cuantitativas III
 - [2012-2013 \(pdf\)](#)
 - [2013-2014 \(pdf\)](#)
 - [2014-2015 \(pdf\)](#)
 - [2015-2016 \(pdf\)](#)
 - [2016-2017 \(pdf\)](#)

- [2017-2018 \(pdf\)](#)
- [2018-2019 \(pdf\)](#)
- [2019-2020 \(pdf\)](#)
- [2020-2021 \(pdf\)](#)