

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 25/11/2018)

Sesión de apertura del máster: 5 de noviembre de 2018 a las 17:00 en el Salón de Grados de la Facultad de Educación, Economía y Tecnología de Ceuta de la Universidad de Granada.

Las clases se imparten de 16:30 a 21:00. En cada día, la primera franja se imparte de 16:30 a 18:30 y la segunda de 19:00 a 21:00. Todas las clases serán en el aula 25. Las asignaturas virtuales comenzarán en noviembre. El máster utilizará la plataforma <http://prado.ugr.es/moodle/>, a la que tendrán acceso los alumnos una vez matriculados.



Facultad de Educación, Economía y Tecnología de Ceuta. (<http://feetce.ugr.es>)

C\ Cortadura del Valle s.n.

51001 – Ceuta (España)

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 25/11/2018)

| Noviembre 2018 | | | | | | | | | |
|----------------|--|-----------|---|-----------|---|-----------|---|-----------|--|
| LUNES | | MARTES | | MIÉRCOLES | | JUEVES | | VIERNES | |
| | | | | | | 1 | | 2 | |
| 5 | INAUGURACION | 6 | Redes sociales y comerciales. Fº Liébana Cabanillas | 7 | Redes sociales y comerciales. Fº Liébana Cabanillas | 8 | Herramientas para la investigación comercial Teodoro Luque | 9 | Herramientas para la investigación comercial Teodoro Luque |
| | | | Redes sociales y comerciales. Fº Liébana Cabanillas | | Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar | | Marketing y comunicación en el mundo digital. Teodoro Luque | | Marketing y comunicación en el mundo digital. Teodoro Luque |
| 12 | Marketing y comunicación en el mundo digital. Lucia Porcu | 13 | Marketing y comunicación en el mundo digital. Lucia Porcu | 14 | S2 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas. Lucia Porcu | 15 | Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda | 16 | Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit |
| | Marketing y comunicación en el mundo digital. Lucia Porcu | | S2 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas. Lucia Porcu | | S2 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas. Lucia Porcu | | Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda | | Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit |
| 19 | | 20 | Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar | 21 | Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda | 22 | Marketing y comunicación en el mundo digital. Luis Doña | 23 | Marketing y comunicación en el mundo digital. Luis Doña |
| | | | Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar | | Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda | | Marketing y comunicación en el mundo digital. Luis Doña | | Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar |
| 26 | | 27 | | 28 | Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda | 29 | Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit | 30 | Herramientas para la investigación comercial Teodoro Luque |
| | | | | | Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda | | Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit | | Marketing y comunicación en el mundo digital. Teodoro Luque |

| Diciembre 2018 | | | | | | | | | |
|----------------|--|--------|--|-----------|--|--------|--|---------|--|
| LUNES | | MARTES | | MIÉRCOLES | | JUEVES | | VIERNES | |

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 25/11/2018)

| | | | | | | | | | |
|----|---|----|---|----|--|----|---|----|---|
| 3 | Marketing y comunicación en el mundo digital. Salvador Del Barrio García | 4 | Marketing y comunicación en el mundo digital. Salvador Del Barrio García | 5 | | 6 | | 7 | |
| | Marketing y comunicación en el mundo digital. Salvador Del Barrio García | | Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar | | | | | | |
| 10 | | 11 | Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar | 12 | Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín | 13 | Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín | 14 | Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín |
| | | | Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar | | Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín | | Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín | | Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín |
| 17 | Herramientas para la investigación comercial Miguel Ángel Rodríguez | 18 | Herramientas para la investigación comercial Miguel Ángel Rodríguez | 19 | S4 – Prácticas de ecuaciones estructurales Miguel Ángel Rodríguez | 20 | Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit | | |
| | Herramientas para la investigación comercial Miguel Ángel Rodríguez | | S4 – Prácticas de ecuaciones estructurales Miguel Ángel Rodríguez | | S4 – Prácticas de ecuaciones estructurales Miguel Ángel Rodríguez | | Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit | | |



MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 25/11/2018)

| Enero 2019 | | | | | | | | | |
|------------|---|--------|--|-----------|--|--------|--|---------|--|
| LUNES | | MARTES | | MIÉRCOLES | | JUEVES | | VIERNES | |
| | | 8 | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Enrique Martín Armario | 9 | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Enrique Martín Armario | 10 | S6 - Estudio Mat. Redes Sociales Laiachi El Kaoutit | 11 | S6 – Estudio Mat. Redes Sociales Laiachi El Kaoutit |
| | | | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Enrique Martín Armario | | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Enrique Martín Armario | | S6 - Estudio Mat. Redes Sociales Laiachi El Kaoutit | | Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit |
| 14 | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Luis Doña | 15 | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Luis Doña | 16 | Marketing cross-cultural Juan M. Alcántara Pilar | 17 | | 18 | Redes sociales y comerciales. Manuel Bullejos Lorenzo |
| | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Luis Doña | | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Luis Doña | | Marketing cross-cultural Juan M. Alcántara Pilar | | | | Redes sociales y comerciales. Manuel Bullejos Lorenzo |
| 21 | | 22 | Marketing cross-cultural Juan M Alcántara Pilar | 23 | Marketing cross-cultural Juan M Alcántara Pilar | 24 | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino | 25 | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino |
| | | | Marketing cross-cultural Juan M Alcántara Pilar | | | | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino | | |
| 28 | | 29 | | 30 | Redes sociales y comerciales. | 31 | | | |



Facultad de Educación, Economía y Tecnología de Ceuta. (<http://feetce.ugr.es>)
 C\ Cortadura del Valle s.n.
 51001 – Ceuta (España)

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 25/11/2018)

| Febrero 2019 | | | | | | | | | |
|--------------|---|-----------|---|-----------|---|-----------|--|-----------|--|
| LUNES | | MARTES | | MIÉRCOLES | | JUEVES | | VIERNES | |
| | | | | | | | | 1 | Herramientas para la investigación comercial |
| 4 | Marketing y comunicación en el mundo digital. | 5 | | 6 | Marketing cros-cultural | 7 | | 8 | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social |
| 11 | | 12 | Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto | 13 | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. José Luis Garrido | 14 | Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto | 15 | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez |
| | | | | | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. José Luis Garrido | | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez | | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez |
| 18 | | 19 | Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto | 20 | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez | 21 | Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto | 22 | S5 – Prácticas de técnicas de investigación comercial David Molina Muñoz |
| | | | | | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez | | S5 – Prácticas de técnicas de investigación comercial David Molina Muñoz | | S5 – Prácticas de técnicas de investigación comercial David Molina Muñoz |
| 25 | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M ^a Carmen Morón | 26 | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez | 27 | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez | 28 | Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto | | |
| | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez | | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez | | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez | | Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García | | |



C\ Cortadura del Valle s.n.
51001 – Ceuta (España)

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 25/11/2018)

| Marzo 2019 | | | | | | | | | |
|------------|---|-----------|---|-----------|---|-----------|---|-----------|---|
| LUNES | | MARTES | | MIÉRCOLES | | JUEVES | | VIERNES | |
| | | | | | | | | 1 | Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García |
| | | | | | | | | | Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García |
| 4 | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi | 5 | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi | 6 | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi | 7 | Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto | 8 | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez |
| | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi | | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi | | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez | | sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi | | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez |
| 11 | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez | 12 | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez | 13 | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez | 14 | S3 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino | 15 | S3 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino |
| | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez | | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez | | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez | | S3 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino | | S3 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino |
| 18 | Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez Fernández | 19 | Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez Fernández | 20 | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Manuel Noguera | 21 | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Manuel Noguera | 22 | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Manuel Noguera |
| | Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez Fernández | | | | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Manuel Noguera | | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Manuel Noguera | | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Manuel Noguera |
| 25 | | 26 | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M ^a Carmen Morón | 27 | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. M ^a José Rodríguez Fortiz | 28 | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. M ^a José Rodríguez Fortiz | 29 | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. M ^a José Rodríguez Fortiz |
| | | | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez | | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. M ^a José Rodríguez Fortiz | | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. M ^a José Rodríguez Fortiz | | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. M ^a José Rodríguez Fortiz |

Facultad de Educación, Economía y Tecnología de Ceuta. (<http://feetce.ugr.es>)

C\ Cortadura del Valle s.n.

51001 – Ceuta (España)

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 25/11/2018)

| Abril 2019 | | | | | | | | | | |
|------------|---|-----------|---|-----------|---|-----------|--|-----------|--|--|
| LUNES | | MARTES | | MIÉRCOLES | | JUEVES | | VIERNES | | |
| 1 | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi | 2 | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi | 3 | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi | 4 | S1 - Modelos de regresión avanzados. Esmeralda Crespo Almendros | 5 | S1 - Modelos de regresión avanzados. Esmeralda Crespo Almendros | |
| | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi | | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi | | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi | | S1 - Modelos de regresión avanzados. Esmeralda Crespo Almendros | | | |
| 8 | | 9 | | 10 | | 11 | | 12 | | |
| 15 | | 16 | | 17 | | 18 | | 19 | | |
| 22 | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información | 23 | | 24 | Dispositivos inteligentes y marketing | 25 | | 26 | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. | |
| 29 | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. | 30 | | 1 | | 2 | | 3 | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados | |
| | | | | | | | | MAYO | | |