UNIVERSIDAD DE GRANADA

Máster Universitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor

Presentación

MÁSTER OFICIAL INTERUNIVERSITARIO EN MARKETING Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

UNIVERSIDAD DE GRANADA - UNIVERSIDAD DE JAEN

- ## Modalidad PRESENCIAL
- ## Modalidad ONLINE

El comportamiento del consumidor y la evolución del consumo determinan la producción y es la base sobre la que se organiza la oferta en la economía. La estrategia de las organizaciones tiene en el estudio, análisis y modelización del comportamiento en el consumo uno de los pilares básicos sobre los que se formula. Al condicionar la oferta, el comportamiento de consumo también es determinante en la evolución del empleo, en la percepción de bienestar y de la calidad de vida y en la satisfacción de los consumidores. En definitiva, tiene implicaciones, y diversas y evidentes manifestaciones, desde el punto de vista social, económico y ambiental. Por otro lado, la estructura comercial, el sistema de distribución y los canales de distribución han tenido grandes transformaciones en los últimos tiempos. Nuevas formas, nuevos sistemas de colaboración, cooperación y competición irrumpen en el tejido comercial y plantean nuevos retos de investigación y de gestión relacionados con:

Copyright© 2026 Universidad de Granada

- Los consumidores, sus hábitos y comportamientos.
- Las relaciones de poder entre establecimiento y consumidor.
- La relaciones de poder entre establecimientos: grandes versus pequeños; autónomos versus asociados, etc.
- El diseño urbanístico de las ciudades con la apertura de nuevos establecimientos.
- Comportamiento de compra, de pago, de fidelidad.
- Etc.

Junto a esto, la deslocalización de empresas, la irrupción de marcas y su poder, o el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación y los avances tecnológicos, añaden desafíos entre los que se encuentran:

- La importancia del comercio electrónico y sus efectos sobre la sustitución del tipo de establecimiento (más evidente en unos sectores que en otros); o sobre la información que se maneja; sobre la fidelidad y sobre el precio.
- El grado de aceptación de innovaciones por parte del consumidor, tanto en cuanto a productos como en cuanto a servicios.
- La gestión de la comunicación en las organizaciones desde una óptica relacional e integral.
- La innovación en productos y la heterogeneidad del mercado.

No se pretende realizar una relación exhaustiva, baste lo anterior como muestra del interés y de la justificación de la necesidad del máster que se presenta, que viene avalado por empresas, instituciones y administración pública (autonómica y estatal).

Dentro de los másteres oficiales, el que aquí se presenta es de carácter mixto, orientado tanto hacia la capacitación para la práctica profesional como a la capacitación para la investigación.

Datos de máster conjunto

El máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor puede ser cursado en modalidad presencial (referido a nivel administrativo como “Modalidad Presencial” o en modalidad virtual (referido a nivel administrativo como “Modalidad virtual” o “Itinerario no presencial”). Los estudiantes interesados en cursar este máster han de elegir en su matrícula la modalidad en la que prefieren cursar el máster. Cursar la modalidad presencial implica seguir una metodología docente y evaluación asistiendo a las sedes de la Universidad de Granada y de la Universidad de Jaén. Por otra parte, la modalidad virtual o no presencial admite el desarrollo y evaluación del máster a través de distintos medios y aplicaciones online, sin asistir a las sedes de la Universidad de Granada y de la Universidad de Jaén.

Un máster interuniversitario es una titulación en la que están implicadas más de una universidad, interviniendo docentes de las mismas. En este caso, las universidades

Copyright© 2026 Universidad de Granada

implicadas son la Universidad de Granada y la Universidad de Jaén. Ello afecta, especialmente, a la docencia impartida en el grupo presencial, pues supone que el alumnado se desplace entre ambas sedes. La mayor parte de la carga lectiva se imparte en la sede de la Universidad de Granada. Concretamente, de las asignaturas obligatorias y optativas (módulos 1, 2 y 3) en la Universidad de Granada se ofertan 13 asignaturas y en la de Jaén 2 asignaturas. La asignatura del módulo 4 Prácticas externas se puede completar en ambas universidades y la de Trabajo Fin de Máster en la universidad en la que el estudiante haya realizado su matrícula.

Datos del Título

- **Fecha de publicación del título en el BOE (1ª Etapa):** 09-Julio-2008
- **Fecha de publicación del título en el BOJA:** 29-Mayo-2008
- **Fecha de publicación del título en el BOE (2ª Etapa):** 08-Agosto-2012
- **Curso académico de implantación del título:** 2007-2008
- **Número de cursos en fase de implantación:** 12
- **Rama de conocimiento:** Ciencias Sociales y Jurídicas
- **Centro responsable del título:** Escuela de Posgrado (Universidad de Granada)
- **Duración del programa (créditos/años):** 60 créditos/ 1 año
- **Tipo de enseñanza:**1 grupo presencial/1 grupo virtual
- **Lenguas utilizadas en la impartición del título:** Castellano
- **Normas de permanencia de la UGR:** normas de permanencia.
- **Objetivos:** objetivos.
- **Competencias:** competencias.
- **Salidas académicas en relación con otros estudios:** salidas académicas en relación con otros estudios.
- **Salidas profesionales:** salidas profesionales.
- **Profesión regulada para la que capacita el título (en su caso):** Gestor de marketing
- **Perfil del alumnado de nuevo ingreso:** información sobre el perfil del alumnado de nuevo ingreso.
- **Requisitos referidos a acceso y admisión:** acceso y admisión.
- **Nivel de oferta total / demanda de plazas / matrícula:** 60/ 724/44
- **Nivel de oferta en la Universidad de Granada presencial:** 25/299/22
- **Nivel de oferta en la Universidad de Granada virtual:** 25/303/22
- **Nivel de oferta en la Universidad de Jaén presencial:** 5/129/3
- **Nivel de oferta en la Universidad de Granada virtual:** 5 (se inicia en el curso 24.25)
- **Buzón de quejas, sugerencias y consultas:** buzón de quejas y sugerencias y formulario de contacto
- **Programa Oficial de Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales** (Universidad de Granada)**:** Programa Oficial de Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales
- **Programa de Doctorado Interuniversitario en Ciencias Económicas, Empresariales y Jurídicas** (Universidad de Jaén, Universidad de Almería y

Copyright© 2026 Universidad de Granada

Universidad Politécnica de Cartagena)**:** Programa de Doctorado Interuniversitario en Ciencias Económicas, Empresariales y Jurídicas

Datos de máster conjunto

- **Universidad que lo coordina:** Universidad de Granada
- **Universidades participantes:** Universidad de Jaén
- Convenio interuniversitario (pdf)

Objetivos y Competencias

Los objetivos formativos del programa se pueden desglosar en cuatro grandes apartados:

1. Los comportamientos de los compradores dirigidos a llevar a cabo intercambios. Las cuestiones a investigar son por qué y qué compradores compran qué, dónde, cómo y cuándo.
2. Los comportamientos de los vendedores dirigidos a implementar intercambios. Las cuestiones a investigar son: por qué y qué vendedores producen, qué decisiones de precio, promoción y distribución llevan a cabo, dónde, cómo y cuándo.
3. La estructura institucional dirigida a llevar a cabo y/o facilitar intercambios. Las cuestiones a investigar son: por qué y qué instituciones se desarrollan para facilitar intercambios, cuándo, cómo y dónde se desarrollan.
4. Consecuencias sobre la sociedad de los comportamientos de compradores, vendedores y de la estructura institucional dirigidas a llevar a cabo y/o facilitar intercambios. Las cuestiones a investigar son: por qué y qué clase de comportamientos de los compradores, los vendedores y de las instituciones qué consecuencias sobre la sociedad, dónde, cuándo y cómo.

En cada uno de estos apartados a su vez se pueden establecer objetivos mucho más concretos relacionados con los diferentes módulos que conforman el título propuesto.

Se garantizarán, como mínimo, las siguientes competencias básicas y aquellas otras que figuren en el Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior, MECES:

- Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que las

Copyright© 2026 Universidad de Granada

sustentan– a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

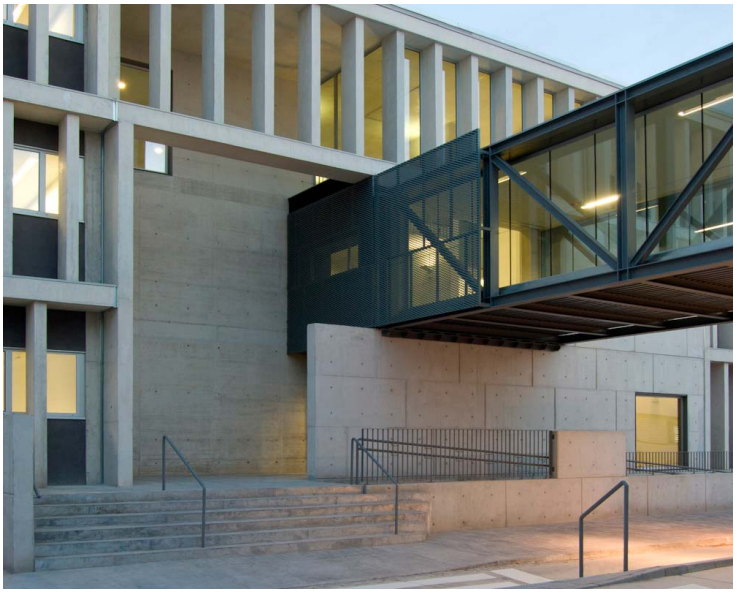
Ventajas

- **La temática que aborda**: la investigación en marketing, el consumo y el comportamiento del consumidor. Conocer mejor el comportamiento del consumidor, los procesos de intercambio y la estructura de consumo condicionan el sistema de producción y tiene implicaciones evidentes en el desarrollo económico y social así como consecuencias en el entorno.
- **Centrado en un campo no suficientemente contemplado en la oferta actual de Másteres oficiales en España**.
- **La conjunción de intereses con que se relaciona**:
  - Perspectiva objetiva del investigador desde un punto de vista académico.
  - Perspectiva del consumidor, interesado en defender sus intereses (consumerismo).
  - Perspectiva de empresas para orientar sus decisiones.
  - Perspectiva de la Administración Pública para orientar sus políticas.
- **El interés del título y su estrecha vinculación con el entorno social**, que se constata por las numerosas empresas, organismos e instituciones que mostraron su interés y respaldaron esta iniciativa. Entre ellos destacan: Cámara de Comercio de Granada, Cervezas Alhambra, Consejo Económico y Social de Jaén, COVIRAN, Diario IDEAL (Grupo Vocento), Dirección General de Política Comercial, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, El Corte Inglés, Federación de Comercio de Granada, Junta Arbitral de Consumo del Ayuntamiento de Granada, Puleva Food, Puleva Biotech, Dirección General de Consumo de la Junta de Andalucía, Dirección General de Comercio de la Junta de Andalucía, entre otras.
- **Enfoque multidisciplinar:** diferentes perspectivas, entre otras, de gestión y marketing, sociológica, psicológica, económica y legal.
- **Carácter interuniversitario**. Hay en esta propuesta una vocación inter-universitaria con pretensión de incorporar otras universidades interesadas a este proyecto en un futuro, además de las que ya participan.
- **Demanda del título**. La ratio de demanda de solicitudes/oferta de plazas ha sido para el curso académico 2023/2024 de 13,16 (724 solicitudes para 55 plazas) lo que deja constancia de su interés.

Instalaciones

- Sede central del Máster en la Universidad de Granada: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
- Sede central del Máster en la Universidad de Jaén: Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Copyright© 2026 Universidad de Granada



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales - Universidad de Granada



Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad de Jaen

Recursos comunes en la docencia presencial y virtual

- Biblioteca electrónica con amplios recursos literarios y bases de datos
- Plataforma docente PRADO
- Software para la realización de videoconferencias
- Software de análisis de datos:
  - AMOS
  - SPSS
  - NVivo

Copyright© 2026 Universidad de Granada

    - Qualtrics
- Software de simulación: MARKSTRAT
- Seminarios Profesionales
- Seminarios de Investigación
- Otros recursos propios de la docencia presencial: Salas de estudio y Biblioteca

Preguntas frecuentes

- **¿Cual es el perfil del alumno del Máster?**

  Existen una serie de titulaciones con acceso prioritario al Máster, así como una serie de requisitos que se deben cumplir. Los puedes consultar aquí.

  Tener en cuenta que, si tu idioma nativo no es español, se requiere un certificado oficial de nivel B2.

  Para todos los estudiantes se requiere un certificado oficial de nivel de inglés B1.

  Además, se recomienda conocimientos básicos de estadística.

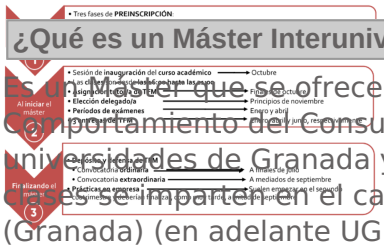
- **¿Cuál es el coste del máster?**

  Los precios públicos se encuentran publicados en la web de la Escuela de Posgrado en la que aparece una tabla del precio por crédito y, más abajo, el precio de expedición del título de máster para que te puedas hacer una idea de la inversión necesaria.

- **Fechas importantes antes y durante el máster:**

  El calendario con las fechas de preinscripción y matrícula se encuentra en el Plan de Estudios de la web del Máster. Se formaliza a través del portal del Distrito Único Andaluz, donde están publicadas todas las fechas para tener en cuenta en las distintas fases del proceso.

  A modo de resumen:



- **¿Qué es un Máster Interuniversitario?**

  Es un título que se ofrece en dos Universidades. El máster en Marketing y Comportamiento del consumidor se coordina conjuntamente entre las universidades de Granada y Jaén. Esto significa, que, aunque la mayoría de las clases se imparten en el campus de Cartuja de la Universidad de Granada (Granada) (en adelante UGR); algunas asignaturas se impartirán en el campus de Las Lagunillas de la Universidad de Jaén (Jaén).

- **¿El Máster de Marketing y Comportamiento del Consumidor es un máster oficial?**

Copyright© 2026 Universidad de Granada

Si, el mismo es un máster Oficial, lo que significa que está acreditado por la Universidad de Granada. Tiene validez tanto en España, como en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

- **¿Qué MODALIDADES existen para cursar el Máster?**

  Cada curso ofertamos plazas en **modalidad presencia**l y también en **modalidad virtual**. El título de Máster que se obtiene es el mismo de forma independiente a la modalidad que se siga.

- **¿Si me matriculo en una modalidad, puedo cambiarla a la otra? O ¿Puedo cursar asignaturas en modalidades distintas?**

  No se permiten cambios de modalidad, ya que la actuación de cada máster es de forma independiente, aunque el profesorado sea el mismo.

- **¿Cómo se imparten las clases en modalidad presencial?**

  Todas las clases se impatirán de manera presencial en el aula E28 de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Granada, a excepción de dos asignaturas que se impartirán en el Campus de las Lagunillas de la Universidad de Jaén.

- **¿Cómo se imparten las clases en modalidad virtual?**

  La **modalidad online** del máster se imparte **casi en su totalidad de forma asíncrona**, lo que permite que cada estudiante pueda **organizar su tiempo** y adaptar el ritmo de trabajo a sus circunstancias personales y profesionales. Es una opción especialmente pensada para quienes **compatibilizan los estudios con su empleo u otras actividades**.

  Toda la información académica del máster, materiales, actividades, entregas y comunicación con el profesorado, se gestiona a través de la **plataforma PRADO** de la Universidad de Granada.

  Cada asignatura se activa en PRADO conforme al **calendario oficial** publicado en la web del máster. Por ello, es normal que al inicio del curso algunas asignaturas todavía no aparezcan; se irán habilitando progresivamente según el calendario establecido.

  Aunque el máster se desarrolla principalmente de forma asíncrona, algunos profesores pueden programar **sesiones síncronas** (por ejemplo, tutorías o encuentros virtuales). La asistencia a estas sesiones, cuando se convoquen, es **muy recomendable**.

  Para poder acceder a dichas sesiones en Google Meet, es imprescindible disponer de una **cuenta institucional UGR** (usuario @go.ugr.es).

  En resumen, toda la docencia y comunicación del máster se centraliza en PRADO:

  - Consulta de materiales docentes y videomateriales.

Copyright© 2026 Universidad de Granada

- Realización y entrega de actividades.
- Comunicación con el profesorado.
- Acceso a la información general y al espacio del alumnado.

- **Exámenes y defensa de TFM en modalidad presencial**

  Los exámenes se realizarán en el aula E28 de la FCCEE de la UGR para las asignaturas impartidas en la misma y los exámenes de las asignaturas impartidas en la UJA se realizarán en sus instalaciones.

  La defensa del TFM se podrá realizar en las instalaciones de ambas universidades.

- **Exámenes y defensa de TFM en modalidad virtual**

  Los exámenes serán a través de la plataforma de docencia de la UGR (PRADO).

  La defensa del TFM también se llevará a cabo online.

- **¿Cómo funcionan las Prácticas Profesionales?**

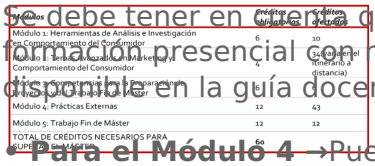
  Las prácticas son una opción muy importante dentro del Máster, tanto para el grupo virtual como el grupo presencial.

  El Máster cuenta con un listado de empresas de reconocido prestigio en el sector con las que ya tiene un convenio establecido, además las prácticas se podrán realizar en otras empresas siempre que se establezca convenio previo con la UGR y tenga la aceptación de la coordinación del Máster.

- **¿Cómo funcionan los módulos y cuántos créditos son necesarios para la obtención del máster?**

  El Máster consta de cinco módulos en los que deberás matricularte del mínimo de créditos necesarios en cada uno, completando un mínimo de 60 créditos ECTS totales en la matrícula, como se muestra seguidamente en la tabla.

  Hay una serie de asignaturas obligatorias en las que debes matricularte forzosamente, y que se imparten tanto en la UGR como en la UJA. Las asignaturas impartidas en las instalaciones de la UJA están marcadas con un asterisco al final del nombre o en negrita cursiva debajo de su nombre, siendo una de ella de matrícula obligatoria. El resto de las asignaturas se imparten en la UGR.

Módulo	Créditos obligatorios	Créditos optativos
Módulo 1: Herramientas de Análisis e Investigación en Comportamiento del Consumidor	6	10
Módulo 2: Herramientas Cuantitativas de Marketing y el Comportamiento del Consumidor	4	6 (Obligatorio el itinerario a distancia)
Módulo 3: Comportamiento del Consumidor y Estrategias de Marketing	14	14
Módulo 4: Prácticas Externas	12	43
Módulo 5: Trabajo Fin de Máster	12	12
TOTAL DE CRÉDITOS NECESARIOS PARA SUPERAR EL MÁSTER	60	

  • **Para el Módulo 3 →** Realizando los seminarios ofertados en dicho módulo. Se debe tener en cuenta que el reparto de algunos créditos varía en la formación presencial con respecto a la virtual, pero tienes toda la información disponible en la guía docente de la asignatura.

  • **Para el Módulo 4 →** Puedes hacerlo mediante prácticas en empresa (9 o 12 créditos), seminarios y actividades complementarias (hasta 3 créditos), o cursando asignaturas optativas hasta completar los 12 créditos. También puedes solicitar su reconocimiento si trabajas en un área relacionada, con

Copyright© 2026 Universidad de Granada

aprobación de la CAM.

- **¿Cómo puedo completar el Módulo 4 del máster?**

  El Módulo 4 puede completarse mediante diferentes vías, en función de tus intereses y circunstancias, siempre respetando las condiciones establecidas:

  - **Prácticas externas en empresa**: Puedes realizar **9 o 12 créditos** mediante prácticas en entidades colaboradoras del máster.
  - **Seminarios y actividades complementarias**: Es posible obtener hasta **3 créditos** asistiendo a seminarios, visitas de profesionales o cursos organizados durante el curso.
  - **Asignaturas optativas**: Puedes cursar asignaturas optativas hasta cubrir los **12 créditos** requeridos en el módulo.
  - **Reconocimiento por experiencia profesional**: Si estás trabajando en un área relacionada con el máster durante el curso académico, puedes solicitar el **reconocimiento de estos créditos** por experiencia profesional, previa **aprobación de la Comisión Académica del Máster (CAM)**.

- **¿Dónde encuentro el calendario del máster?**

  Las clases comienzan a finales de octubre y terminan a finales de abril. En enero y abril-mayo se realizan los exámenes de las asignaturas matriculadas; dejando tiempo para dedicar al TFM y prácticas de empresa para aquell@s alumn@s que las quieran realizar. Puedes consultar el Calendario también en la web corporativa.

- **¿Puedo modificar las asignaturas matriculadas en el máster?**

  Sí, es posible modificar las asignaturas matriculadas, pero **solo dentro de los períodos oficiales establecidos por la Universidad de Granada (UGR)**. Estos plazos suelen publicarse al inicio del curso académico y varían según el semestre.

  Las modificaciones deben realizarse a través de la Oficina Virtual de la UGR, dentro del apartado de alteración de matrícula. Fuera de esos plazos, únicamente es posible solicitar una alteración extraordinaria de matrícula, que está sujeta a aprobación por parte del Vicerrectorado y no garantiza la prestación completa de los servicios docentes.

  Para más información, consulta la sección de matrícula en la web de la Escuela Internacional de Posgrado: ugr.es

Copyright© 2026 Universidad de Granada