



UNIVERSIDAD DE GRANADA

Máster Universitario en Marketing y Comportamiento del Consumidor

Horarios y Calendarios

Calendario Académico curso 2024-2025

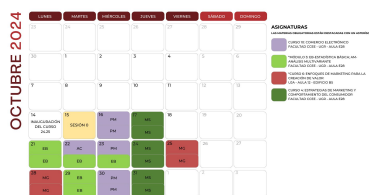
PLANIFICACIÓN CURSO 2024/2025 - GRUPO PRESENCIAL Y VIRTUAL (al final de esta sección)

GRUPO PRESENCIAL

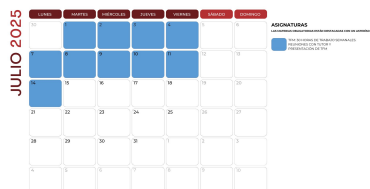
Sesión de apertura del máster: 14 de octubre de 2024 a las 16:30 h. Las clases en el **grupo presencial** se imparten de **16:00 a 21:00** (salvo algunas sesiones para las que se comunicará un horario de mañana) en el **Aula E28 de la Facultad de Ciencias Económica y Empresariales** de la Universidad de Granada. En cada día la primera franja se imparte de 16:00 a 18:30 y la segunda de 18:30 a 21:00. Junto al nombre del curso se indica el lugar donde se imparte.

Las clases impartidas en la **Universidad de Jaén** serán en el **Aula 12 edificio B5**.

Tanto el **grupo presencial**, como el **no presencial**, se impartirá en la plataforma **<http://prado.ugr.es>**, a la que tendrán acceso los alumnos una vez matriculados.



<http://masteres.ugr.es/marketing/>



Versión PDF de este calendario pulsando [aquí](#).

GRUPO VIRTUAL

Sesión de apertura del máster: 14 de octubre de 2024 a las 16:30 h. en el enlace Meet: <http://meet.google.com/gxy-oaiw-fpv>. En el **grupo virtual**, los cursos se abren por meses. A continuación, se indican los meses de desarrollo de cada curso.

Tanto el **grupo presencial**, como el **no presencial**, se impartirá en la plataforma <http://prado.ugr.es/moodle/>, a la que tendrán acceso los alumnos una vez matriculados.



<http://masteres.ugr.es/marketing/>



Versión online de este calendario pulsando [aquí](http://masteres.ugr.es/marketing/).

CONVOCATORIA EXÁMENES PRIMER CUATRIMESTRE - GRUPO PRESENCIAL	C. ORDINARIA	HORA
Curso 2: Investigación de Mercados, Variables Psicosociales y Comportamiento de Compra	15/01/2025	16.00 h
Curso 4: Estrategias de Marketing y Comportamiento del Consumidor	17/01/2025	16.00 h
Curso 6: Enfoques de Marketing para la Creación de Valor	20/01/2025	16.00 h
Curso 10: Comercio Electrónico	22/01/2025	16.00 h
Curso 7: Capital de Marca y Experiencia del Consumidor	24/01/2025	16.00 h
Curso 9: Avances en Comunicación Integrada de Marketing	27/01/2025	16.00 h

<http://masteres.ugr.es/marketing/>

CONVOCATORIA EXÁMENES PRIMER CUATRIMESTRE - GRUPO PRESENCIAL	C. ORDINARIA	HORA
---	---------------------	-------------

*Curso 1: Metodología de Investigación en Marketing y Comportamiento del Consumidor (PARTE 1 – PROF. TEODORO LUQUE y ESMERALDA CRESPO)	02/02/2025	16.00 h
---	------------	---------

CONVOCATORIA EXÁMENES SEGUNDO CUATRIMESTRE - GRUPO PRESENCIAL	C. ORDINARIA	HORA
--	---------------------	-------------

Curso 12: Marketing Cross-Cultural	24/04/2025	16.00 h
------------------------------------	------------	---------

Curso 3: Marketing y Sociedad	28/04/2025	16.00 h
-------------------------------	------------	---------

Curso 9: Comportamiento del Consumidor Innovación Tecnológica	30/04/2025	16.00 h
--	------------	---------

Curso 11: Temas Avanzados en Comportamiento del Consumidor	05/05/2025	16.00 h
--	------------	---------

Curso 5: Plan de Marketing Digital	07/05/2025	16.00h
------------------------------------	------------	--------

*Curso 1: Metodología de Investigación en Marketing y Comportamiento del Consumidor (PARTE 2 – PROF. MIGUEL ÁNGEL RODRÍGUEZ)	12/05/2025	16.00 h
---	------------	---------

CONVOCATORIA EXÁMENES PRIMER CUATRIMESTRE - GRUPO VIRTUAL	C. ORDINARIA	HORA
--	---------------------	-------------

<http://masteres.ugr.es/marketing/>

Curso 2: Investigación de Mercados, Variables Psicosociales y Comportamiento de Compra	19/01/2024	19.00 h
Curso 4: Estrategias de Marketing y Comportamiento del Consumidor	22/01/2024	19.00 h
Curso 6: Enfoques de Marketing para la Creación de Valor	23/01/2024	19.00 h
Curso 10: Comercio Electrónico	24/01/2024	19.00 h
Curso 7: Capital de Marca y Experiencia del Consumidor	26/01/2024	19.00 h
Curso 9: Avances en Comunicación Integrada de Marketing	29/01/2024	19.00 h
Curso 8: Estrategias de Marketing y Comportamiento del Consumidor	31/01/2024	19.00 h
*Curso 1: Metodología de Investigación en Marketing y Comportamiento del Consumidor (PARTE 1 - PROF. TEODORO LUQUE y ESMERALDA CRESPO)	02/02/2024	19.00 h

CONVOCATORIA EXÁMENES SEGUNDO CUATRIMESTRE - GRUPO VIRTUAL	C. ORDINARIA	HORA
Curso 3: Marketing y Sociedad	23/04/2024	19.00 h
Curso 9: Comportamiento del Consumidor e Innovación Tecnológica	25/04/2024	19.00 h
Curso 11: Temas Avanzados en Comportamiento del Consumidor	29/04/2024	19.00 h

CONVOCATORIA EXÁMENES SEGUNDO CUATRIMESTRE - GRUPO VIRTUAL	C. ORDINARIA	HORA
Curso 5: Plan de Marketing Digital	03/05/2024	19.00 h
Curso 12: Marketing Cross-Cultural	26/04/2024	19.00 h
*Curso 1: Metodología de Investigación en Marketing y Comportamiento del Consumidor (PARTE 2 – PROF. MIGUEL ÁNGEL RODRÍGUEZ)	07/05/2024	19.00 h

Convocatoria de defensa TFM:

Convocatoria ordinaria	Semana del 8 al 11 de julio de 2025
------------------------	-------------------------------------

Convocatoria extraordinaria Semana del 16 al 20 de septiembre de 2025

La coordinación del Máster se reserva la capacidad de hacer las modificaciones oportunas en este calendario, cuando las circunstancias así lo aconsejen, previo aviso a profesores y alumnos y siempre en beneficio de todos.

Listado de Cursos (las materias obligatorias se encuentran con un asterisco)

- *Curso 1: Metodología de Investigación en Marketing y Comportamiento del Consumidor (**UGR**; FCCEE; Véase el aula en el calendario).
- Curso 2: Investigación de Mercados, Variables Psicosociales y Comportamiento de Compra (U. Jaén; Véase el aula en el calendario).
- Curso 3: Marketing y Sociedad (opcional en inglés) (**UGR**; FCCEE; Véase el aula en el calendario)
- Curso 4: Estrategias de Marketing y Comportamiento del Consumidor (**UGR**; FCCEE; Véase el aula en el calendario).
- Curso 5: Plan de Marketing Digital (**UGR**; FCCEE; Véase el aula en el calendario).
- *Curso 6: Enfoques de Marketing para la Creación de Valor (U. Jaén - Edificio B5, Véase el aula en el calendario).
- Curso 7: Capital de Marca y Experiencia del Consumidor (**UGR**; FCCEE; Véase el aula en el calendario).
- Curso 8: Comportamiento del Consumidor e Innovación Tecnológica (**UGR**; FCCEE; Véase el aula en el calendario).
- Curso 9: Avances en Comunicación Integrada de Marketing (**UGR**; FCCEE; Véase el aula en el calendario).
- Curso 10: Comercio Electrónico (**UGR**; FCCEE; Véase el aula en el calendario).
- Curso 11: Temas Avanzados en Comportamiento del Consumidor (**UGR**; FCCEE;

<http://masteres.ugr.es/marketing/>

- Véase el aula en el calendario).
- Curso 12: Marketing Cross Cultural (UGR; FCCE, Véase el aula en el calendario).

Listado de Seminarios de Módulo 3. Competencias para la realización del TFM y Proyectos

- Seminario 1: Claves para la Realización del Trabajo Fin de Máster (UGR; FCCEE; Véase el aula en el calendario). PRESENCIAL Y VIRTUAL.
- Seminario 2: Gestión de Bases de Datos Bibliográficas (UGR; FCCEE; Véase el aula en el calendario). PRESENCIAL Y VIRTUAL.
- Seminario 3: Prácticas de Investigación Cualitativa (UGR; FCCEE; Véase el aula en el calendario). PRESENCIAL.
- Seminario 4: Estadística Básica (UGR; Fac. de CC. EE. y EE.; Véase el aula en el calendario). PRESENCIAL Y VIRTUAL.
- Seminario 5: Prácticas de Análisis Multivariante (UGR; F. CC. EE. y EE; Véase el aula en el calendario). PRESENCIAL Y VIRTUAL.
- Seminario 6: Simulación de Marketing con Markstrat (UGR; FCCEE; Véase el aula en el calendario). PRESENCIAL.

IMPORTANTE: Los seminarios 4 y 5 son OBLIGATORIOS

Aulas para la modalidad presencial

- Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (UGR): E28
- Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas (UJA) - pendiente de confirmación
 - Curso Investigación de Mercados, Variables Psicosociales y Comportamiento del Consumidor: Véase el aula en el calendario.
 - Curso Investigaciones sobre Marketing Relacional y Orientación al Mercado en el Comportamiento del Consumidor: Véase el aula en el calendario.

Nota importante:

El calendario puede verse sometido a cambios imprevistos que se notificarán a los alumnos a través de la plataforma docente.