



HORARIOS Y CALENDARIO MODALIDAD VIRTUAL

PLANIFICACIÓN ORIENTATIVA CURSO 2026/2027

INICIO DEL CURSO: 19 DE OCTUBRE DE 2026 A LAS 16:30 H – Sesión de apertura del Máster. Enlace de acceso: <https://meet.google.com/jgv-wkeg-uvvm>

La modalidad virtual se desarrolla de forma **asíncrona a través de la plataforma PRADO**. Las fechas indicadas tienen **carácter orientativo**. El inicio de cada asignatura será comunicado por el profesorado responsable a través de PRADO.

Cada asignatura podrá incluir una o varias sesiones síncronas online. La realización de estas sesiones, así como **la fecha, hora y enlace de acceso**, será comunicada con antelación por el/la profesor/a responsable de cada asignatura a través de PRADO.

FECHA	ASIGNATURA / ACTIVIDAD
19 octubre 2026	Sesión de apertura del Máster 16.30 h – https://meet.google.com/jgv-wkeg-uvvm
20 octubre 2026	Sesión 0 - Modalidad virtual 16.00 h – https://meet.google.com/jgv-wkeg-uvvm
20 octubre 2026	Módulo 3: Estadística Básica
21 octubre 2026	Comercio Electrónico
23 octubre 2026	Enfoques de Marketing para la Creación de Valor
28 octubre 2026	Módulo 3: Gestión de Bases de Datos Bibliográficas
3 noviembre 2026	Capital de Marca y Experiencia del Consumidor

FECHA	ASIGNATURA / ACTIVIDAD
6 noviembre 2026	Investigación de Mercados, Variables Psicosociales y Comportamiento de Compra
18 noviembre 2026	Módulo 4: Seminarios Profesionales
24 noviembre 2026	Módulo 3: Claves para la Realización del Trabajo Fin de Máster
26 noviembre 2026	Metodología de Investigación en Marketing y Comportamiento del Consumidor
3 diciembre 2026	Avances en Comunicación Integrada de Marketing
19 enero 2027	Módulo 3: Simulación de Marketing con Markstrat
15 febrero 2027	Marketing y Sociedad
16 febrero 2027	Comportamiento del Consumidor e Innovación Tecnológica
26 febrero 2027	TFM - Entrega Tarea 1
8 marzo 2027	Temas Avanzados en Comportamiento del Consumidor
16 marzo 2027	Marketing Cross-Cultural
31 marzo 2027	Módulo 3: Análisis Multivariante
19 abril 2027	Plan de Marketing Digital
24 mayo 2027	TFM - Entrega Tarea 2
21 junio 2027	TFM - Entrega Tarea 3
5-9 julio 2027	Defensa TFM - Convocatoria ordinaria
14-17 septiembre 2027	Defensa TFM - Convocatoria extraordinaria

Nota: Esta planificación tiene **carácter orientativo**. La Coordinación del Máster

podrá realizar modificaciones, que serán comunicadas con suficiente antelación.

Asimismo, **las sesiones síncronas que puedan programarse en cada asignatura serán comunicadas directamente por el profesorado responsable a través de PRADO.**

Convocatoria exámenes primer cuatrimestre:	C. Ordinaria	Hora
Investigación de Mercados, Variables Psicosociales y Comportamiento de Compra	01/02/2027	19.00 h
Enfoques de Marketing para la Creación de Valor	05/02/2027	19.00 h
Capital de Marca y Experiencia del Consumidor	04/02/2027	19.00 h
Comercio Electrónico	08/02/2027	19.00 h
Avances en Comunicación Integrada de Marketing	09/02/2027	19.00 h
Metodología de Investigación en Marketing y Comportamiento del Consumidor (PARTE 1 – PROF. ESMERALDA CRESPO)	11/02/2027	19.00 h
Convocatoria exámenes segundo cuatrimestre:	C. Ordinaria	Hora
Marketing Cross-Cultural	03/05/2027	19.00 h
Marketing y Sociedad	05/05/2027	19.00 h

Comportamiento del Consumidor e Innovación Tecnológica	07/05/2027	19.00 h
Temas Avanzados en Comportamiento del Consumidor	10/05/2027	19.00 h
Plan de Marketing Digital	12/05/2027	19.00 h
Metodología de Investigación en Marketing y Comportamiento del Consumidor (PARTE 2 – PROF. MIGUEL ÁNGEL RODRÍGUEZ)	14/05/2027	19.00 h

Convocatoria de defensa TFM

C. Ordinaria

Semana del 5 al 9 de julio de 2027

C. Extraordinaria

Semana del 14 al 17 de septiembre de 2027

IMPORTANTE

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 profesorado y estudiantes y siempre en beneficio de todos.