

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 21/06/2019)

Sesión de apertura del máster: 18 de octubre de 2019 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. El máster utilizará la plataforma <http://prado.ugr.es/moodle/>, a la que tendrán acceso los alumnos una vez matriculados. Para consultar el horario de las asignaturas virtuales, consultad el siguiente enlace (<http://masteres.ugr.es/marketing/pages/master>).



MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 21/06/2019)

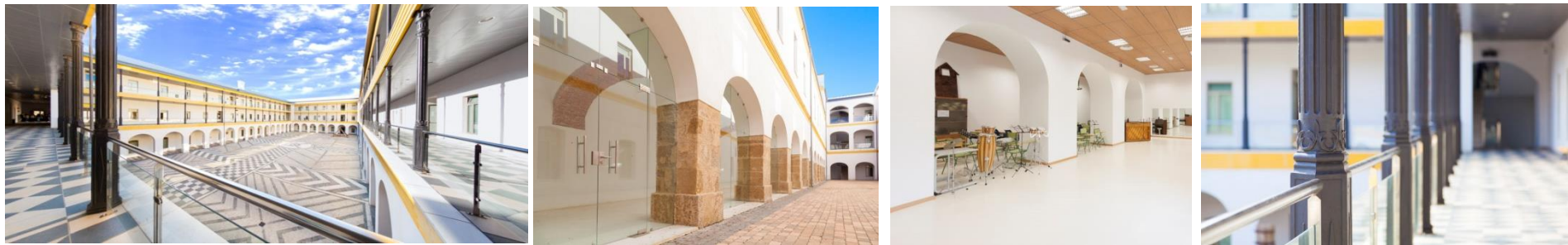
Octubre 2019									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
								18	INAUGURACION
21	Redes sociales y comerciales. Fº Liébana Cabanillas	22	Redes sociales y comerciales. Fº Liébana Cabanillas	23	Reunión informativa	24	S1 – Prácticas de técnicas de investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda	25	
	Redes sociales y comerciales. Fº Liébana Cabanillas		Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar				S1 – Prácticas de técnicas de investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda		
28	Redes sociales y comerciales. Myriam Martínez Fiestas	29	Redes sociales y comerciales. Myriam Martínez Fiestas	30	S2 – Prácticas de técnicas de investigación comercial David Molina Muñoz	31			
	Redes sociales y comerciales. Myriam Martínez Fiestas		Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar		S2 – Prácticas de técnicas de investigación comercial David Molina Muñoz				

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 21/06/2019)

Noviembre 2019 (Asignación de TFM's)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
								1	
4		5	Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar	6	S1 – Prácticas de técnicas de investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda	7	Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda	8	Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda
					S2 – Prácticas de técnicas de investigación comercial David Molina Muñoz		Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda		Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda
11	Marketing cros-cultural Carmen Sabiote Ortiz	12	Marketing cros-cultural Carmen Sabiote Ortiz	13	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín	14	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín	15	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín
	Marketing cros-cultural Carmen Sabiote Ortiz				Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín		Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín		Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín
18		19	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar	20	Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda	21		22	Redes sociales y comerciales. Manuel Hernández Peinado
			Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar		Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda				Redes sociales y comerciales. Manuel Hernández Peinado
25	Seminario sobre Gestión Bibliográfica (1/2)	26	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar	27	Seminario sobre Gestión Bibliográfica (2/2)	28	Herramientas para la investigación comercial Teodoro Luque	29	Herramientas para la investigación comercial Teodoro Luque
			Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar		Redes sociales y comerciales. Manuel Hernández Peinado		Marketing y comunicación en el mundo digital. Teodoro Luque		Marketing y comunicación en el mundo digital. Teodoro Luque

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 21/06/2019)

Diciembre 2019									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
2		3	Marketing y comunicación en el mundo digital. Lucía Porcu	4	Marketing y comunicación en el mundo digital. Lucía Porcu	5	S2 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas. Lucía Porcu	6	
			Marketing y comunicación en el mundo digital. Lucía Porcu		S2 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas. Lucía Porcu		S2 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas. Lucía Porcu		
9		10	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar	11	Redes sociales y comerciales.	12	Redes sociales y comerciales.	13	Herramientas para la investigación comercial Teodoro Luque
			Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar		Redes sociales y comerciales.				Marketing y comunicación en el mundo digital. Teodoro Luque
16		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		
			Herramientas para la investigación comercial Miguel Ángel Rodríguez		S4 – Prácticas de ecuaciones estructurales Miguel Ángel Rodríguez		S4 – Prácticas de ecuaciones estructurales Miguel Ángel Rodríguez		



MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 21/06/2019)

Enero 2020 (En gris, período de examen)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
		7		8	Marketing y comunicación en el mundo digital. Esmeralda Crespo	9	Marketing y comunicación en el mundo digital. Esmeralda Crespo	10	S1 - Modelos de regresión avanzados. Esmeralda Crespo Almendros
					Marketing y comunicación en el mundo digital. Esmeralda Crespo		S1 - Modelos de regresión avanzados. Esmeralda Crespo Almendros		S1 - Modelos de regresión avanzados. Esmeralda Crespo Almendros
13		14		15		16	Marketing y comunicación en el mundo digital. Luis Doña Toledo	17	Marketing y comunicación en el mundo digital. Luis Doña Toledo
							Marketing y comunicación en el mundo digital. Luis Doña Toledo		
20		21		22		23		24	
27	Redes sociales y comerciales.	28		29	Marketing cros-cultural	30		31	



MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 21/06/2019)

Febrero 2020 (En gris, período de examen)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
3	Herramientas para la investigación comercial	4		5		6		7	Marketing y comunicación en el mundo digital.
10	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Enrique Martín Armario	11	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Enrique Martín Armario	12	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	13	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. José Luis Garrido	14	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez
	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Enrique Martín Armario		Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Enrique Martín Armario				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
17		18	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	19	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	20	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez	21	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		Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez
24	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Luis Doña	25	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Luis Doña	26	S3 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino	27	S3 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino	28	S3 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino
	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Luis Doña		Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Luis Doña		S3 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino		S3 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino		S3 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino



MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 21/06/2019)

Marzo 2020									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
2	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez	3	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez	4	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez	5	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez	6	
	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		Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez		
9	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M ^a Carmen Morón	10	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	11	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	12	Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez	13	Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez
	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M ^a Carmen Morón		Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M ^a Carmen Morón		Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M ^a Carmen Morón		Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez		Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez
16	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Manuel Noguera	17	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Manuel Noguera	18	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	19	Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García	20	Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García
	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Manuel Noguera		Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M ^a Carmen Morón		Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M ^a Carmen Morón		Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García		Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez
23	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi	24	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi	25	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi	26	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino	27	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino
	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		Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino		Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino
30		31							

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 21/06/2019)

Abril 2020									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
				1			2		
6			7			8			10
13			14	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. M ^a José Rodríguez Fortiz	15	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. M ^a José Rodríguez Fortiz	16	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		Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. M ^a José Rodríguez Fortiz			
20	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Ángel Ruiz Zafra	21	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Ángel Ruiz Zafra	22	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Ángel Ruiz Zafra	23	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Ángel Ruiz Zafra	24	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Ángel Ruiz Zafra
	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Ángel Ruiz Zafra		Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Ángel Ruiz Zafra		Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Ángel Ruiz Zafra		Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Ángel Ruiz Zafra		
27			28			29			30

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 21/06/2019)

Mayo 2020 (En gris, período de exámenes)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
4	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social.	5		6	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información	7		8	Dispositivos inteligentes y marketing
11	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing.	12		13	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados	14		15	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa.
18		19		20		21		22	
25		26		27		28		29	