

# MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 19/10/2016)

**Sesión de apertura del máster:** 2 de noviembre de 2016 a las 16:30 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 16:00 a 20:30. En cada día, la primera franja se imparte de 16:00 a 18:00 y la segunda de 18:30 a 20:30. Todas las clases serán en el aula 2. 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)

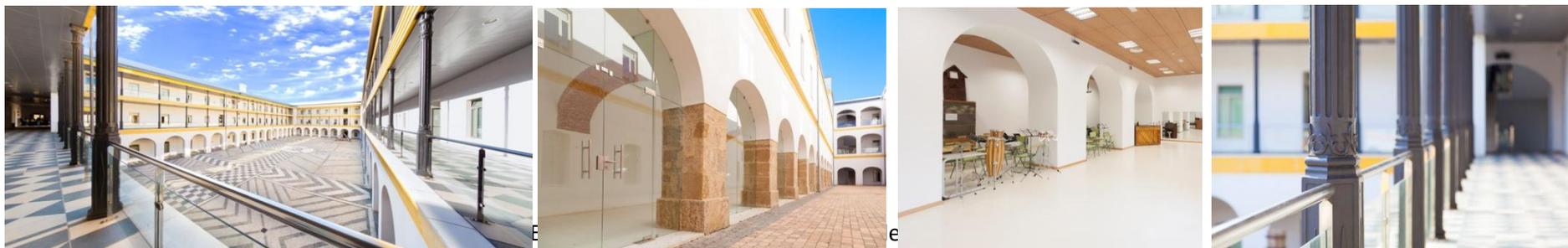
# MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 19/10/2016)

Noviembre 2016										
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES		
		<b>1</b>		<b>2</b>	<b>APERTURA</b>		<b>3</b>	Herramientas para la investigación comercial Teodoro Luque	<b>4</b>	Herramientas para la investigación comercial Teodoro Luque
							Marketing y comunicación en el mundo digital. Teodoro Luque		Marketing y comunicación en el mundo digital. Teodoro Luque	
<b>7</b>	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Enrique Martín Armario	<b>8</b>	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Enrique Martín Armario	<b>9</b>	Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda	<b>10</b>	Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda	<b>11</b>	Marketing y comunicación en el mundo digital. Lucía Porcu	
	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Enrique Martín Armario		Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Enrique Martín Armario		Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda		Marketing y comunicación en el mundo digital. Lucía Porcu		Marketing y comunicación en el mundo digital. Lucía Porcu	
<b>14</b>	Marketing y comunicación en el mundo digital. Esmeralda Crespo Almendros	<b>15</b>	Marketing y comunicación en el mundo digital. Esmeralda Crespo Almendros	<b>16</b>	Redes sociales y comerciales. Esmeralda Crespo Almendros	<b>17</b>	Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda	<b>18</b>	Herramientas para la investigación comercial Teodoro Luque	
	Marketing y comunicación en el mundo digital. Esmeralda Crespo Almendros		Redes sociales y comerciales. Esmeralda Crespo Almendros		Redes sociales y comerciales. Esmeralda Crespo Almendros		Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda		Marketing y comunicación en el mundo digital. Teodoro Luque	
<b>21</b>	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	<b>22</b>	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín	<b>23</b>	Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit	<b>24</b>	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi	<b>25</b>	Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit	
	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín		Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín		Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi		Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi		Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit	
<b>28</b>	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	<b>29</b>	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín	<b>30</b>	Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit					
	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín		Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín							

**NOTA:** Las sesiones de "Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social" de los días 7 y 8 de noviembre, y de "Redes sociales y comercial" del día 25, terminarán a las 21:00, en vez de las 20:30.

# MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 19/10/2016)

Diciembre 2016									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
						1	Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda	2	Marketing y comunicación en el mundo digital. Salvador Del Barrio García
							Marketing y comunicación en el mundo digital. Salvador Del Barrio García		Marketing y comunicación en el mundo digital. Salvador Del Barrio García
5	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	6		7	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi	8		9	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi
	Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit				Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi				Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi
12	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino	13	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino	14	S3 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino	15	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi	16	Marketing cross-cultural Juan M Alcántara Pilar
	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino		Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino		S3 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino		Marketing cross-cultural Juan M Alcántara Pilar		Marketing cross-cultural Juan M Alcántara Pilar
19	Herramientas para la investigación comercial Miguel Ángel Rodríguez	20	Herramientas para la investigación comercial Miguel Ángel Rodríguez	21	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				



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 19/10/2016)

Enero 2017									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
9	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino	10	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino	11	S1 - Modelos de regresión avanzados. Esmeralda Crespo Almedros	12	S1 - Modelos de regresión avanzados. Esmeralda Crespo Almedros	13	S1 - Modelos de regresión avanzados. Esmeralda Crespo Almedros
	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino		S3 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino		S2 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas. Lucía Porcu		S2 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas. Lucía Porcu		S2 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas. Lucía Porcu
16	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	17	Marketing cros-cultural Carmen Sabiote Ortiz	18	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi	19	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi	20	Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar
	Marketing cros-cultural Carmen Sabiote Ortiz		Marketing cros-cultural Carmen Sabiote Ortiz		Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi		Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar		Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar
23	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	24	Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez Fernández	25	Redes sociales y comerciales. José Gómez Torrecillas	26	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi	27	Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García
	Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez Fernández		Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez Fernández		Redes sociales y comerciales. José Gómez Torrecillas		Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García		Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García
30	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	31	Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar						
			Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar						

**NOTA:** La sesión de “Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social” del día 9, y de “Redes sociales y comerciales” del día 25, terminarán a las 21:00, en vez de las 20:30.



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 19/10/2016)

Febrero 2017									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
				1		2	Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar	3	Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit
									Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit
6	EXAMENES	7	EXAMENES	8	EXAMENES	9	EXAMENES	10	EXAMENES
13	S5 – Prácticas de técnicas de investigación comercial Ana Eugenia Marín	14		15	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Manuel Noguera	16	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M <sup>a</sup> Carmen Morón	17	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. José Luis Garrido
	S5 – Prácticas de técnicas de investigación comercial Ana Eugenia Marín				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 <sup>a</sup> Carmen Morón		Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. José Luis Garrido
20	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M <sup>a</sup> Carmen Morón	21	S6 – Estudio mat. Redes Sociales Laiachi El Kaoutit	22	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez	23		24	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez
	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M <sup>a</sup> Carmen Morón		S6 – Estudio mat. Redes Sociales Laiachi El Kaoutit		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
27		28							



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 19/10/2016)

Marzo 2017									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
				<b>1</b>	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Manuel Noguera	<b>2</b>	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez	<b>3</b>	S5 – Prácticas de técnicas de investigación comercial Ana Eugenia Marín
					Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Manuel Noguera		Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez		
<b>6</b>	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M <sup>a</sup> Carmen Morón	<b>7</b>		<b>8</b>	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Manuel Noguera	<b>9</b>	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez	<b>10</b>	S6 – Estudio Mat. Redes Sociales Laiachi El Kaoutit
	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M <sup>a</sup> Carmen Morón				Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Manuel Noguera		Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez		
<b>13</b>	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M <sup>a</sup> Carmen Morón	<b>14</b>	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez	<b>15</b>	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez	<b>16</b>	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. M <sup>a</sup> José Rodríguez Fortiz	<b>17</b>	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. M <sup>a</sup> José Rodríguez Fortiz
	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M <sup>a</sup> Carmen Morón		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		Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. M <sup>a</sup> José Rodríguez Fortiz		Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. M <sup>a</sup> José Rodríguez Fortiz
<b>20</b>	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M <sup>a</sup> Carmen Morón	<b>21</b>		<b>22</b>		<b>23</b>		<b>24</b>	
	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M <sup>a</sup> Carmen Morón								
<b>27</b>		<b>28</b>		<b>29</b>		<b>30</b>		<b>31</b>	
Abril 2017									
<b>3</b>	EXÁMENES	<b>4</b>	EXÁMENES	<b>5</b>	EXÁMENES	<b>6</b>	EXÁMENES	<b>7</b>	EXÁMENES

**NOTA:** Las sesiones de “Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing” los días 16 y 17 serán desde las 15:30 hasta las 21:30.

# MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) *(Actualizado el 19/10/2016)*

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