

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 14/01/2020)

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.

El horario de las asignaturas virtuales, como son **Comportamiento del consumidor e Innovación tecnológica** y **El Comercio Electrónico**, consultad el siguiente enlace (<http://bit.ly/2YA4ZOc>).

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



MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 14/01/2020)

Trabajo de Fin de Máster:

Puede consultar la normativa en el siguiente enlace → <http://bit.ly/2Mr734E>

La **preasignación** se realizará durante el mes de octubre, y la **asignación final** durante el mes de noviembre.

Depósito y defensa de TFM: Los TFM debe estar depositados, según la normativa, 10 días antes de su fecha de defensa.

Convocatoria Ordinaria: Semana del 20 al 24 de julio.

Convocatoria Extraordinaria: Semana del 21 al 25 de septiembre.

Prácticas externas:

Puede consultar la normativa, las empresas y los proyectos docentes en el siguiente enlace → <http://bit.ly/2yCaBJr>

Durante el lunes 2 de diciembre, a las 10:00, se llevará a cabo unas **Jornadas Informativas sobre las Prácticas Externas**, donde se explicará el procedimiento, fechas, documentación, etc... Durante la semana del 9 al 13, los alumnos deberán entregar sus solicitudes siguiendo el procedimiento establecido en la normativa, y el martes 17 se harán públicas las asignaciones.

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 14/01/2020)

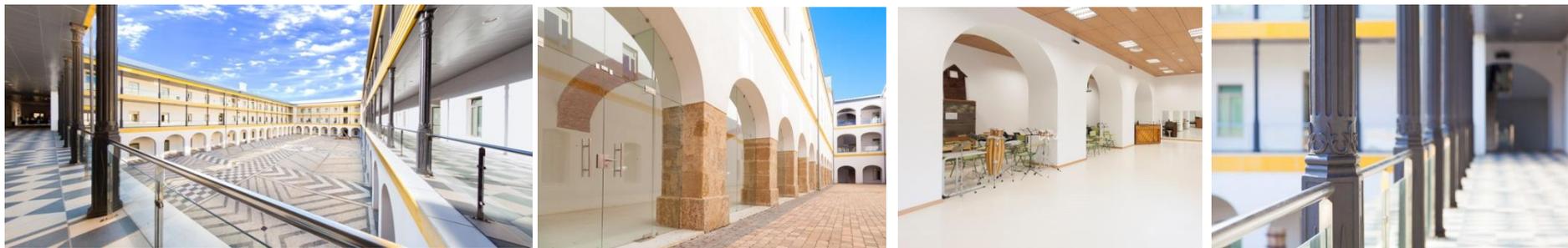
Octubre 2019									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
								18	INAUGURACION
21	Redes sociales y comerciales. Fº Liébana Cabanillas	22	Redes sociales y comerciales. Fº Liébana Cabanillas	23	MUTTIM – Café 1er encuentro	24	S1 – Fundamentos del análisis de datos Javier Blanco Encomienda	25	Seminario orientativos sobre TFM (1/4)
	Redes sociales y comerciales. Fº Liébana Cabanillas		Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar		Reunión Informativa: TFMs, prácticas, evaluación, etc...		S1 – Fundamentos del análisis de datos Javier Blanco Encomienda		
28	Redes sociales y comerciales. Myriam Martínez Fiestas	29	Redes sociales y comerciales. Myriam Martínez Fiestas	30	S2 – Técnicas de inferencia estadística David Molina Muñoz	31			
	Redes sociales y comerciales. Myriam Martínez Fiestas		Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar		S2 – Técnicas de inferencia estadística David Molina Muñoz				

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 14/01/2020)

Noviembre 2019 (Mes de asignación de TFMs)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
								1	
4		5	Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar	6	S1 – Fundamentos del análisis de datos Javier Blanco Encomienda	7	Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda	8	Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda
			Seminario orientativos sobre TFM (2/4)		S2 – Técnicas de inferencia estadística David Molina Muñoz		Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda		Herramientas para la investigación comercial 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		Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar		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 Javier Blanco Encomienda	21	Seminario orientativo sobre TFM (3/4)	22	Redes sociales y comerciales. Manuel Hernández Peinado
			Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar		Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda		Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar		Redes sociales y comerciales. Manuel Hernández Peinado
25	Seminario sobre Gestión Bibliográfica (1/2)	26		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 14/01/2020)

Diciembre 2019 (Mes de asignación de prácticas)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
2		3	S3 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas. Juan Miguel Alcántara Pilar	4		5	Marketing y comunicación en el mundo digital. Lucía Porcu	6	
			S3 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas. Juan Miguel Alcántara Pilar			Marketing y comunicación en el mundo digital. Lucía Porcu			
9		10	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar	11	Redes sociales y comerciales. Elisabeth Montilla Roldán	12	Redes sociales y comerciales. Elisabeth Montilla Roldán	13	Herramientas para la investigación comercial Teodoro Luque
					S3 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas. Juan Miguel Alcántara Pilar		Redes sociales y comerciales. Elisabeth Montilla Roldán		MUTTUM – Café Con Qreativos
16		17	Herramientas para la investigación comercial Miguel Ángel Rodríguez	18	Herramientas para la investigación comercial Miguel Ángel Rodríguez	19	S6 – Prácticas de ecuaciones estructurales Miguel Ángel Rodríguez		
					Herramientas para la investigación comercial Miguel Ángel Rodríguez		S6 – Prácticas de ecuaciones estructurales Miguel Ángel Rodríguez	S6 – 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 14/01/2020)

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	S4 - Modelos de regresión avanzados. Esmeralda Crespo Almendros
					Marketing y comunicación en el mundo digital. Esmeralda Crespo		S4 - Modelos de regresión avanzados. Esmeralda Crespo Almendros		S4 - 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		Seminario orientativos sobre TFM (4/4)
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 14/01/2020)

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	S5 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino	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
	S5 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino						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	S5 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino	27	S5 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino	28	
	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Luis Doña		Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Luis Doña		S5 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino		S5 – 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 14/01/2020)

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	Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García	6	Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García
	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		Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García		
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		
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	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez	20	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. 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		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
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 Miguel Rey Pino	27	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan Miguel 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 Miguel Rey Pino		
30		31							

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 14/01/2020)

Abril 2020										
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES		
				1			2	3		
6	7		8		9		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	17		
			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 14/01/2020)

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	