

# MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 21/02/2021)

**Sesión de apertura del máster:** 23 de octubre de 2020 a las 17:00 en el Salón de Grados de la Facultad de Educación, Economía y Tecnología de Ceuta de la Universidad de Granada y a través de video-conferencia.

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**, se puede consultar en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3gnOLNL>.

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 21/02/2021)

## 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.

## Prácticas externas:

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

Se llevarán a cabo unas **Jornadas Informativas sobre las Prácticas Externas**, donde se explicará el procedimiento, fechas, documentación, etc. Se fijará una semana donde los alumnos deberán entregar sus solicitudes siguiendo el procedimiento establecido en la normativa, y se harán públicas las asignaciones. Las fechas están aún por confirmar.

# MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 21/02/2021)

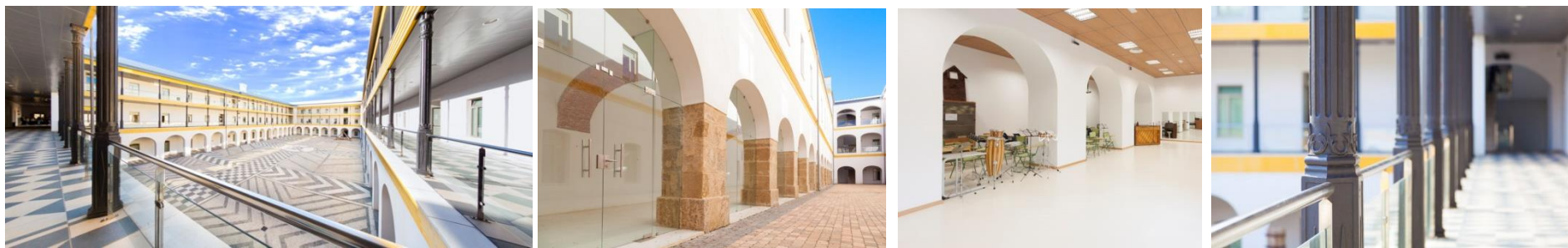
Octubre 2020									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
								23	INAUGURACION
26	Redes sociales y comerciales Fº Liébana Cabanillas	27	Redes sociales y comerciales Fº Liébana Cabanillas	28	MUTTIM – Café 1 <sup>er</sup> encuentro	29	S1 – Fundamentos del análisis de datos Javier Blanco Encomienda	30	
	Redes sociales y comerciales Fº Liébana Cabanillas		Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar		Reunión Informativa: TFM, prácticas, evaluación, etc.		S1 – Fundamentos del análisis de datos Javier Blanco Encomienda		

# MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 21/02/2021)

Noviembre 2020 (Mes de asignación de TFM)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
2		3	Redes sociales y comerciales Myriam Martínez Fiestas	4	Redes sociales y comerciales Myriam Martínez Fiestas	5	S1 – Fundamentos del análisis de datos Javier Blanco Encomienda	6	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar
			Redes sociales y comerciales Myriam Martínez Fiestas		Redes sociales y comerciales Manuel Hernández Peinado		S2 – Técnicas de inferencia estadística Javier Blanco Encomienda		Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar
9	Marketing cros-cultural Carmen Sabiote Ortiz	10	Marketing cros-cultural Carmen Sabiote Ortiz	11	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar	12	S2 – Técnicas de inferencia estadística Javier Blanco Encomienda	13	
	Marketing cros-cultural Carmen Sabiote Ortiz		Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar		Redes sociales y comerciales Manuel Hernández Peinado		S2 – Técnicas de inferencia estadística Javier Blanco Encomienda		
16		17	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar	18	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar	19	Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda	20	
			Competencias para TFM Seminarios		Redes sociales y comerciales Manuel Hernández Peinado		Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda		
23	Redes sociales y comerciales Tamara Guerrero Gómez	24	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar	25	Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda	26	Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda	27	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar
	Redes sociales y comerciales Tamara Guerrero Gómez		Redes sociales y comerciales Creativos		Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda		Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda		Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar
30									

# MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 21/02/2021)

Diciembre 2020 (Mes de asignación de prácticas)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
		1	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar	2	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín	3	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín	4	
			Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar		Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín				
7		8		9	S3 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas Juan Miguel Alcántara Pilar	10	Herramientas para la investigación comercial Teodoro Luque	11	Herramientas para la investigación comercial Teodoro Luque
					S3 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas Juan Miguel Alcántara Pilar		Marketing y comunicación en el mundo digital Teodoro Luque		Marketing y comunicación en el mundo digital Teodoro Luque
14	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín	15	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín	16	Competencias para TFM Seminarios	17	S3 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas Juan Miguel Alcántara Pilar	18	
	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín				Competencias para TFM Seminarios (T)				
21		22							



# MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 21/02/2021)

Enero 2021 (En gris, período de examen)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
		<b>5</b>		<b>6</b>		<b>7</b>		<b>8</b>	
<b>11</b>		<b>12</b>	Herramientas para la investigación comercial Teodoro Luque	<b>13</b>	Marketing y comunicación en el mundo digital Esmeralda Crespo	<b>14</b>	Marketing y comunicación en el mundo digital Esmeralda Crespo	<b>15</b>	S4 - Modelos de regresión avanzados Esmeralda Crespo Almendros
			Marketing y comunicación en el mundo digital Teodoro Luque		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
<b>18</b>	Herramientas para la investigación comercial M <sup>a</sup> Eugenia Rodríguez López	<b>19</b>	Marketing y comunicación en el mundo digital Belén Prados Peña	<b>20</b>	Marketing y comunicación en el mundo digital Belén Prados Peña	<b>21</b>	Marketing y comunicación en el mundo digital Belén Prados Peña	<b>22</b>	Herramientas para la investigación comercial M <sup>a</sup> Eugenia Rodríguez López
	Herramientas para la investigación comercial M <sup>a</sup> Eugenia Rodríguez López		Marketing y comunicación en el mundo digital Belén Prados Peña		Marketing y comunicación en el mundo digital Belén Prados Peña		Marketing y comunicación en el mundo digital Belén Prados Peña		
<b>25</b>	Redes sociales y comerciales	<b>26</b>		<b>27</b>		<b>28</b>		<b>29</b>	Marketing cros-cultural



# MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 21/02/2021)

Febrero 2021 (En gris, período de examen)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
1	Herramientas para la investigación comercial	2		3		4		5	Marketing y comunicación en el mundo digital
8	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Belén Prados Peña	9	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Belén Prados Peña	10	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	11	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa José Luis Garrido	12	S6 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino
	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Belén Prados Peña		S5 – Prácticas de ecuaciones estructurales Eugenia Rodríguez López		Competencias para TFM Seminarios		Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa José Luis Garrido		S6 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino
15	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Eugenia Rodríguez López	16	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Eugenia Rodríguez López	17	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	18	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa Carlos Rodríguez	19	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa Carlos Rodríguez
	S5 – Prácticas de ecuaciones estructurales Eugenia Rodríguez López		S5 – Prácticas de ecuaciones estructurales Eugenia Rodríguez López		Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Eugenia Rodríguez López		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
22	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	23		24	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	25	S6 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino	26	S6 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino
					Competencias para TFM Seminarios (T)		S6 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino		S6 – 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 21/02/2021)

Marzo 2021									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
1	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez	2	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez	3		4	Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez	5	Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez
	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 Juan Sánchez		
8	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M <sup>a</sup> Carmen Morón	9	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez	10	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez	11	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa Carlos Rodríguez	12	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		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		Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa Carlos Rodríguez
15	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M <sup>a</sup> Carmen Morón	16	Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García	17	Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García	18		19	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa Carlos Rodríguez
	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez		Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García				Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa Carlos Rodríguez		
22	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Manuel Noguera	23	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Manuel Noguera	24	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	25	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Belén Prados Peña	26	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Belén Prados Peña
	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Manuel Noguera		Competencias para TFM Seminarios		Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto		Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Belén Prados Peña		Competencias para TFM Seminarios
29		30		31					



# MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 21/02/2021)

Abril 2021											
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES			
						1			2		
5			6			7			8		
12	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Inmaculada García Maroto	13	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Inmaculada García Maroto	14	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing M <sup>a</sup> José Rodríguez Fortiz	15	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing M <sup>a</sup> José Rodríguez Fortiz	16	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing M <sup>a</sup> José Rodríguez Fortiz	17	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing M <sup>a</sup> José Rodríguez Fortiz
	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Inmaculada García Maroto				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		
19	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi	20	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi	21	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi	22	Competencias para TFM Seminarios	23			
	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		Competencias para TFM Seminarios (T)				
26	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Ángel Ruiz Zafra	27	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Ángel Ruiz Zafra	28	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Ángel Ruiz Zafra	29	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Ángel Ruiz Zafra	30	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		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		

# MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 21/02/2021)

Mayo - junio 2021 (En gris, período de exámenes)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
3		4		5		6		7	
10	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social	11		12	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing	13		14	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados
17	Dispositivos inteligentes y marketing	18		19	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información	20		21	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa
24		25		26		27		28	
31		1		2		3		4	
7		8		9		10		11	