

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 12/4/2023)

Sesión de apertura del máster: 13 de octubre de 2022 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 videoconferencia (<https://meet.google.com/oqm-ugxt-kgz>).

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.

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 12/4/2023)

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 → https://masteres.ugr.es/mutimm/pages/info_academica/practicas-externas/practicasexternas

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 12/4/2023)

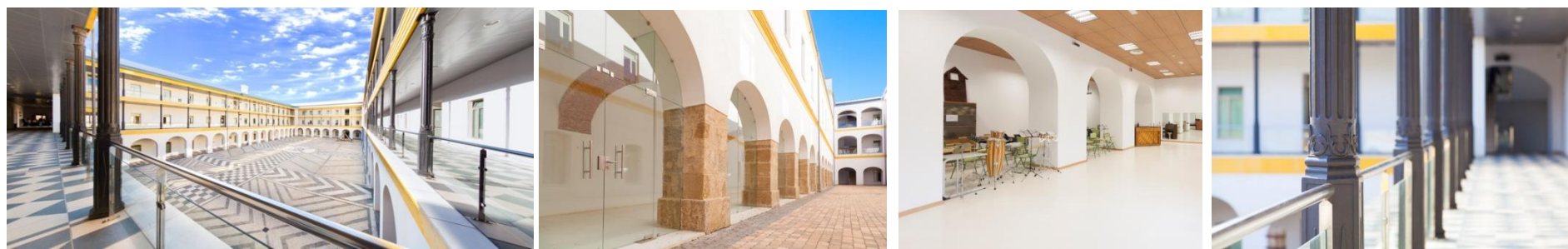
Octubre 2022									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
						13	ACTO DE APERTURA	14	
17	Marketing y comunicación en el mundo digital Luis Doña	18	Marketing y comunicación en el mundo digital Luis Doña	19	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar	20	Competencias para preparación de TFM (S1) Javier Blanco Encomienda	21	Competencias para preparación de TFM (S1) Javier Blanco Encomienda
	Marketing y comunicación en el mundo digital Luis Doña		Marketing y comunicación en el mundo digital Luis Doña		MUTTIM – Café 1 ^{er} encuentro		Competencias para preparación de TFM (S1) Javier Blanco Encomienda		Competencias para preparación de TFM (S1) Javier Blanco Encomienda
24	Marketing en redes sociales Francisco Liébana	25	Marketing en redes sociales Francisco Liébana	26	Competencias para preparación de TFM (S1) Javier Blanco Encomienda	27	Herramientas para la investigación comercial M ^a Eugenia Rodríguez López	28	
	Marketing en redes sociales Francisco Liébana		Seminario sobre Servicios y Herramientas de la Biblioteca		Competencias para preparación de TFM (S1) Javier Blanco Encomienda		Herramientas para la investigación comercial M ^a Eugenia Rodríguez López		
Asignatura “Competencias para la preparación de TFM”									
1er semestre: S1 – Fundamentos del análisis de datos. S2 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas						2º semestre: S3 - Prácticas de ecuaciones estructurales S4 - Modelos de regresión avanzados			
Seminario sobre Servicios y herramientas de la biblioteca: Servicio ofrecido por el personal de la biblioteca de la UGR, que versa sobre los servicios, herramientas así como búsquedas en bases de datos. Es un seminario de asistencia voluntaria. Persona de contacto: José María Megías Cana (bibenferceuta@ugr.es)									

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 12/4/2023)

Noviembre – Diciembre 2022 (Mes de asignación de TFM)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
31		1		2	Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda	3	Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda	4	
					Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda		Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda		
7	Marketing en redes sociales Elena Higuera	8	Marketing en redes sociales Elena Higuera	9	Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda	10	Marketing y comunicación en el mundo digital Belén Prados	11	Marketing y comunicación en el mundo digital Belén Prados
	Marketing en redes sociales Elena Higuera		Herramientas para la investigación comercial M.ª Eugenia Rodríguez López		Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda		Marketing y comunicación en el mundo digital Belén Prados		Marketing y comunicación en el mundo digital Belén Prados
14	Marketing en redes sociales Tamara Guerrero Gómez	15		16	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín	17	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín	18	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar
	Marketing en redes sociales Tamara Guerrero Gómez				Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín		Marketing en redes sociales Manuel Hernández		Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar
21	Marketing y comunicación en el mundo digital Francisco Peco	22	Marketing y comunicación en el mundo digital Francisco Peco	23	Competencias para preparación de TFM (S2) Juan Miguel Alcántara Pilar	24	Marketing en redes sociales Manuel Hernández	25	
	Marketing y comunicación en el mundo digital Francisco Peco		Marketing y comunicación en el mundo digital Francisco Peco		Competencias para preparación de TFM (S2) Juan Miguel Alcántara Pilar		Marketing en redes sociales Manuel Hernández		
28	Marketing cros-cultural Carmen Sabiote Ortiz	29	Marketing cros-cultural Carmen Sabiote Ortiz	30	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín	1 Dic.	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín	2 Dic.	
	Marketing cros-cultural Carmen Sabiote Ortiz				Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín		Marketing en redes sociales Tamara Guerrero Gómez		

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 12/4/2023)

Diciembre 2022 (Mes de asignación de prácticas)				
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
5	6	7	8	9
12 Seminario “Orientaciones sobre el TFM” Álvaro Rojas La Morena	13 Seminario “Orientaciones sobre el TFM” Shakira Abarkane Abdel-lah	14 Competencias para preparación de TFM (S2) Juan Miguel Alcántara Pilar	15 Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. Luis Casado	16 Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. Luis Casado
Seminario “Orientaciones sobre el TFM” Álvaro Rojas La Morena				
19 Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar	20 Herramientas para la investigación comercial M.ª Eugenia Rodríguez López	21 Herramientas para la investigación comercial M.ª Eugenia Rodríguez López	22	
Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar				Herramientas para la investigación comercial M.ª Eugenia Rodríguez López



MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 12/4/2023)

Enero – febrero 2023 (En gris, período de examen)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
9	Marketing cros-cultural Juan Miguel Alcántara Pilar	10	Marketing cros-cultural José Antonio Príncipe	11	Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. José María Heredia	12	Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. Luis Casado	13	Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. Luis Casado
			Marketing cros-cultural José Antonio Príncipe		Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. José María Heredia		Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. Luis Casado		Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar
16	Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. José María Heredia	17	Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. José María Heredia	18		19		20	
	Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. José María Heredia		Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. José María Heredia						
23	Marketing y comunicación en el mundo digital	24		25	Competencias para la preparación del TFM	26		27	Marketing cross-cultural
30	Redes sociales y comerciales	31		1 Feb.	Herramientas para la investigación comercial	2 Feb.		3 Feb.	Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0.



MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 12/4/2023)

Febrero - marzo 2023 (En gris, período de examen)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
6	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Belén Prados Peña	7	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Belén Prados Peña	8	Competencias para preparación de TFM (S3) Eugenia Rodríguez López	9	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa José Luis Garrido	10	
	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Belén Prados Peña				Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa José Luis Garrido				
13		14	Competencias para preparación de TFM (S3) Eugenia Rodríguez López	15		16	Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. Esteban Romero Frías	17	Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. Esteban Romero Frías
			Competencias para preparación de TFM (S3) Eugenia Rodríguez López				Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. Esteban Romero Frías		Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. Esteban Romero Frías
20	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M ^a Carmen Morón	21	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez	22		23	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Carlos Rodríguez	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 ^a Carmen Morón		Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez				Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Carlos Rodríguez		Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa Carlos Rodríguez
27	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Luis Doña Toledo	28	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Luis Doña Toledo	1 Marzo	Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero	2 Marzo	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa Carlos Rodríguez	3 Marzo	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Carlos Rodríguez
	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Luis Doña Toledo		Competencias para preparación de TFM (S3) Eugenia Rodríguez López		Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero		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 Carlos Rodríguez



C/ Cortadura del Valle, s/n
51001 Ceuta

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 12/4/2023)

Marzo 2023									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
6	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Inmaculada García Maroto	7	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Inmaculada García Maroto	8	Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero	9	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Diego Pascual López	10	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa Carlos Rodríguez
	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Inmaculada García Maroto		Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M ^a Carmen Morón		Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero		Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Diego Pascual López		Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa Carlos Rodríguez
13	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa Carlos Rodríguez	14	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez	15	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez	16	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Diego Pascual López	17	Dispositivos inteligentes y marketing Ignacio Luque
	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		Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez		Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Diego Pascual López		Dispositivos inteligentes y marketing Ignacio Luque
20		21	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Eugenia Rodríguez López	22	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez	23	Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García	24	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		Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García		Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García
27		28		29		30		31	

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 12/4/2023)

Abril									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
3		4		5		6		7	
10		11	Competencias para preparación de TFM (S4) Eugenia Rodríguez López	12	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Elena Higuera	13	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Elena Higuera	14	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa Carlos Rodríguez
			Competencias para preparación de TFM (S4) Eugenia Rodríguez López		Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Elena Higuera		Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Elena Higuera		Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa Carlos Rodríguez
17	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	18	Competencias para preparación de TFM (S4) Eugenia Rodríguez López	19	Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero	20		21	
	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto		Competencias para preparación de TFM (S4) Eugenia Rodríguez López		Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero		Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero		
24	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	25	Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero	26	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Eugenia Rodríguez López	27		28	
	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto		Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero		Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Eugenia Rodríguez López				
Mayo 2023 (En gris, período de exámenes)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
1		2		3		4	Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez	5	Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 12/4/2023)

							Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez		Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez
8	Dispositivos inteligentes y marketing	9	Sistemas basadas en la nube y tecnologías móviles para la empresa	10	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información	11		12	Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC.
15	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social	16		17	Competencias para la preparación del TFM	18		19	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing
22		23		24		25		26	

Julio 2023 – Período de evaluación extraordinario									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
3	Competencias para la preparación del TFM.	4	Marketing y comunicación en el mundo digital.	5	Herramientas para la investigación comercial.	6	Redes sociales y Comerciales.	7	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social.
	Sistema basado en la nube y tecnologías móviles para empresa.		Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC.		Marco legal para el uso de las tecnologías de la información.		Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0.		Dispositivos inteligentes y marketing.
10	Marketing cross-cultural.	11	Semana de defensa de TFM	12	Semana de defensa de TFM	13	Semana de defensa de TFM	14	Semana de defensa de TFM
	Dispositivos inteligentes y marketing								