

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 10/10/2024)

Sesión de apertura del máster: 7 de octubre de 2024 a las 17:00 en el Salón de Actos de la Facultad de Educación, Economía y Tecnología de Ceuta de la Universidad de Granada y a través de videoconferencia (<https://meet.google.com/pvg-qkom-szy>).

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 <https://prado.ugr.es/>, 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 10/10/2024)

Trabajo de Fin de Máster (TFM):

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 deben estar depositados, según la normativa, 10 días antes de su fecha de defensa.

Prácticas externas:

Puede consultar la normativa, las empresas y los proyectos formativos en el siguiente enlace → https://masteres.ugr.es/mutimm/pages/info_academica/practicas-externas/practicasexternas

Período de reconocimiento de prácticas por experiencia laboral: Desde el 7 de octubre hasta el 7 de diciembre de 2024.

Seminarios de apoyo para la realización del TFM:

Estos seminarios se ofrecen a los estudiantes para guiarlos durante su realización del TFM. La asistencia es voluntaria aunque desde la coordinación lo vemos muy positivo y recomendable. Tiene cuatro seminarios:

1. S1 - Primeros pasos del TFM
2. S2 - Normativa APA y cómo seguirla para MUTIMM
3. S3 - Cómo materializar un TFM
4. S4 - Cuestionarios con *Le Sphinx*

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 10/10/2024)

Octubre – Noviembre 2024									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
7	ACTO DE APERTURA	8	MUTIMM – Café 1 ^{er} encuentro	9	Marketing y comunicación en el mundo digital Luis Doña	10	Marketing y comunicación en el mundo digital Luis Doña	11	Competencias para la preparación del TFM (S1) Javier Blanco Encomienda
					Marketing y comunicación en el mundo digital Luis Doña				Competencias para la preparación del TFM (S1) Javier Blanco Encomienda
14	Marketing y comunicación en el mundo digital Álvaro Rojas Lamorena	15	Herramientas para la investigación comercial M ^a Eugenia Rodríguez López	16	Marketing en redes sociales Francisco Liébana	17	Marketing en redes sociales Francisco Liébana	18	Seminarios de apoyo para la realización del TFM (S1) Álvaro Rojas Lamorena
	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar		Herramientas para la investigación comercial M ^a Eugenia Rodríguez López		Marketing en redes sociales Francisco Liébana		Herramientas para la investigación comercial M ^a Eugenia Rodríguez López		Seminarios de apoyo para la realización del TFM (S1) Álvaro Rojas Lamorena
21	Marketing y comunicación en el mundo digital Álvaro Rojas Lamorena	22	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar	23	Competencias para preparación del TFM (S1) Javier Blanco Encomienda	24	Competencias para preparación del TFM (S1) Javier Blanco Encomienda	25	Marketing en redes sociales Manuel Hernández
					Competencias para preparación del TFM (S1) Javier Blanco Encomienda		Competencias para preparación del TFM (S1) Javier Blanco Encomienda		Marketing y comunicación en el mundo digital Álvaro Rojas Lamorena
28	Marketing y comunicación en el mundo digital Álvaro Rojas Lamorena	29	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar	30	Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda	31	Marketing en redes sociales Manuel Hernández	1	
					Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda		Marketing en redes sociales Manuel Hernández		
Asignatura “Competencias para la preparación del TFM”									
1er semestre: S1 – Fundamentos del análisis de datos S2 - Prácticas en elaboración y validación de escalas					2º semestre: S3 - Prácticas de ecuaciones estructurales S4 - Modelos de regresión avanzados				

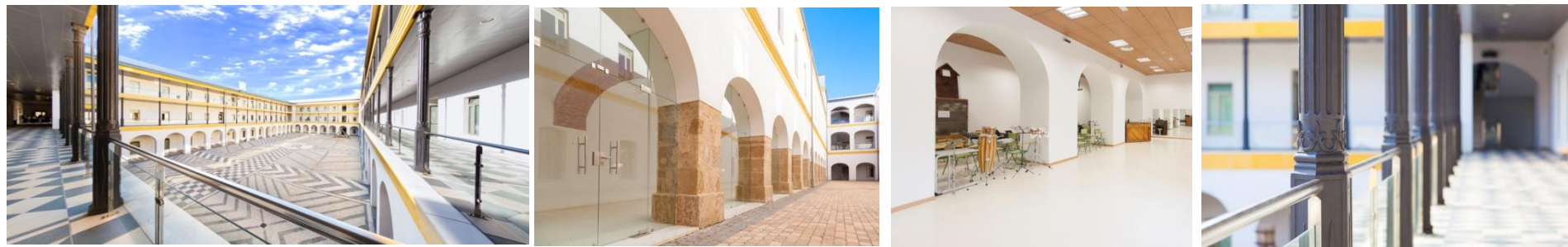
MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 10/10/2024)

Noviembre (Mes de asignación de TFM)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
4	Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. Luis Casado	5	Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. Luis Casado	6	Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda	7	Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda	8	Seminarios de apoyo para la realización del TFM (S2) Elena Rosillo Díaz
	Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. Luis Casado				Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda		Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda		Seminarios de apoyo para la realización del TFM (S2) Elena Rosillo Díaz
11	Marketing cros-cultural Carmen Sabiote Ortiz	12	Marketing cros-cultural Carmen Sabiote Ortiz	13	Marketing en redes sociales Elena Higuera	14	Marketing en redes sociales Elena Higuera	15	Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. José María Heredia
	Marketing cros-cultural Carmen Sabiote Ortiz		Marketing y comunicación en el mundo digital Álvaro Rojas Lamorena		Marketing en redes sociales Elena Higuera		Marketing en redes sociales Tamara Guerrero Gómez		Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. José María Heredia
18	Marketing y comunicación en el mundo digital Álvaro Rojas Lamorena	19	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar	20	Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. José María Heredia	21	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín	22	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín
	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar				Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. José María Heredia		Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín a		Marketing en redes sociales Tamara Guerrero Gómez
25	Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. Luis Casado	26	Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. Luis Casado	27	Marketing y comunicación en el mundo digital Francisco Peco	28	Marketing y comunicación en el mundo digital Francisco Peco	29	Marketing en redes sociales Tamara Guerrero Gómez
	Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. Luis Casado		Seminario de Servicio y Herramientas de la Biblioteca		Marketing y comunicación en el mundo digital Francisco Peco				Marketing en redes sociales Tamara Guerrero Gómez

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 10/10/2024)

Diciembre 2024 (Mes de asignación de prácticas)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
2	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín	3	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín	4	Seminarios de apoyo para la realización del TFM (S3) Elena Rosillo Díaz	5		6	
	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín				Seminarios de apoyo para la realización del TFM (S3) Elena Rosillo Díaz				
9		10	Competencias para preparación del TFM (S2) Juan Miguel Alcántara Pilar	11	Marketing cros-cultural José Antonio Príncipe	12	Herramientas para la investigación comercial M.ª Eugenia Rodríguez López	13	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar
			Competencias para preparación del TFM (S2) Juan Miguel Alcántara Pilar		Marketing cros-cultural José Antonio Príncipe		Herramientas para la investigación comercial M.ª Eugenia Rodríguez López		Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar
16		17	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar	18		19		20	



MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 10/10/2024)

Enero 2025 (En gris, período de examen)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
6		7		8	Competencias para preparación del TFM (S2) Juan Miguel Alcántara Pilar	9	Herramientas para la investigación comercial M.ª Eugenia Rodríguez López	10*	Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. Luis Casado
					Competencias para preparación del TFM (S2) Juan Miguel Alcántara Pilar		Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar		Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. Luis Casado
13		14		15		16		17	
20	Competencias para la preparación del TFM	21		22	Redes sociales y comerciales	23		24	Marketing cross-cultural
27	Herramientas para la investigación comercial	28		29	Marketing y comunicación en el mundo digital	30		31	Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0.

NOTA: Las sesiones del 10 de enero del 2025, se realizarán en el Campus de Granada, en el **Centro de Investigación Mente, Cerebro y Comportamiento** (<https://cimcyc.ugr.es/>). Desde el máster se asumirá con el desplazamiento y alojamiento de los alumnos de la modalidad presencial. Los de la modalidad "a distancia" se conectarán por video conferencia aunque tienen la opción de desplazarse hasta Granada para asistir también presencialmente.



MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 10/10/2024)

Febrero 2025								
LUNES		MARTES		JUEVES		VIERNES		
3	Competencias para preparación del TFM (S3) Eugenia Rodríguez López	4	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Alejandro Ortiz	5	Seminarios de apoyo para la realización del TFM (S4) Hiosra Ali	6	7	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Álvaro Rojas Lamorena
	Competencias para preparación del TFM (S3) Eugenia Rodríguez López		Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Alejandro Ortiz		Seminarios de apoyo para la realización del TFM (S4) Hiosra Ali			Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Álvaro Rojas Lamorena
10	Competencias para preparación del TFM (S3) Eugenia Rodríguez López	11	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M ^a Carmen Morón	12		13	14	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Álvaro Rojas Lamorena
	Competencias para preparación del TFM (S3) Eugenia Rodríguez López		Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M ^a Carmen Morón					Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Seminario
17		18	Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. Esteban Romero Frías	19	Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. Esteban Romero Frías	20	21	Competencias para preparación del TFM (S4) 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			Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Eugenia Rodríguez López
24	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Eugenia Rodríguez López	25	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez	26	Dispositivos inteligentes y marketing Alejandro Ortiz	27	28	
	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Eugenia Rodríguez López		Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez		Dispositivos inteligentes y marketing Alejandro Ortiz			Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Alejandro Ortiz
								Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Alejandro Ortiz



Campus Universitario de Ceuta
C/ Cortadura del Valle, s/n
51001 Ceuta

Facultad de Educación, Economía y Tecnología de Ceuta
Máster en Tecnologías para la Investigación de Mercados y Marketing

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 10/10/2024)

Marzo 2025									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
3	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Luis Doña Toledo	4	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Luis Doña Toledo	5	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Diego Pascual	6		7	Competencias para preparación del TFM (S4) Eugenia Rodríguez López
	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Luis Doña Toledo		Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Luis Doña Toledo		Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Diego Pascual				Competencias para preparación del TFM (S4) Eugenia Rodríguez López
10	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M ^a Carmen Morón	11	Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero	12		13	Dispositivos inteligentes y marketing Alejandro Ortiz	14	Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero
	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				Dispositivos inteligentes y marketing Diego Pascual		Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero
17	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez	18	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez	19	Dispositivos inteligentes y marketing Diego Pascual	20		21	
	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 Diego Pascual		Dispositivos inteligentes y marketing Salvador del Barrio (online)*		
24	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M ^a Carmen Morón	25		26	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Diego Pascual	27	Dispositivos inteligentes y marketing Ignacio Luque	28	
	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M ^a Carmen Morón				Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Diego Pascual		Dispositivos inteligentes y marketing Ignacio Luque		

NOTA: * Esta sesión será completamente por video-conferencia, con una duración aproximada de 1 hora, donde el prof. Salvador Del Barrio García hará una tutoría con los alumnos de la asignatura para orientarlos en como instalar la aplicación que usarán los días 19 y 20 de marzo

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 10/10/2024)

Abril 2025 (En gris, período de examen)									
En	MARTES			MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
31	Fin de Ramadán	1	Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero	2	Dispositivos inteligentes y marketing Salvador del Barrio	3	Dispositivos inteligentes y marketing Salvador del Barrio	4	
			Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero		Dispositivos inteligentes y marketing Salvador del Barrio				
7		8		9		10		11	
14		15		16		17		18	
21		22	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M ^a Carmen Morón	23	Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez	24	Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez	25	Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero
			Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M ^a Carmen Morón		Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez				Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero
28	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Elena Higuera	29	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Elena Higuera	30		1		2	
	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						

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 10/10/2024)

Mayo 2025 (en gris, período de evaluación 2º semestre)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
5		6		7		8		9	
12	Competencias para preparación del TFM	13		14	Dispositivos inteligentes y marketing	15		16	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing
19	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social	20		21	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información	22		23	Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC.
Junio 2025 (En gris, período de evaluación extraordinaria)									
9	Marketing cross-cultural	10	Dispositivos inteligentes y marketing	11	Competencias para la preparación del TFM	12		13	
16	Herramientas para la investigación comercial	17	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información	18	Redes sociales y comerciales	19	Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC.	20	
23	Marketing y comunicación en el mundo digital	24	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social	25	Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0.	27	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing	27	
Julio 2025 – Período de defensa de TFMs									
1	Semana de defensa de TFM	2	Semana de defensa de TFM	3	Semana de defensa de TFM	4	Semana de defensa de TFM	5	Semana de defensa de TFM
Septiembre 2025 – Convocatoria extraordinaria									
15	Semana de defensa de TFM	16	Semana de defensa de TFM	17	Semana de defensa de TFM	18	Semana de defensa de TFM	19	Semana de defensa de TFM
Nota: Los TFMs se entregarán una semana antes del período de defensa de los mismo.									