

# MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 24/09/2018)

**Sesión de apertura del máster:** 5 de noviembre de 2018 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. 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 24/09/2018)

| Noviembre 2018 |  |           |   |           |   |           |   |           |  |
|----------------|--|-----------|---|-----------|---|-----------|---|-----------|--|
| LUNES          |  | MARTES    |   | MIÉRCOLES |   | JUEVES    |   | VIERNES   |  |
|                |  |           |   |           |   | <b>1</b>  |   | <b>2</b>  |  |
| <b>5</b>       | INAUGURACION   | <b>6</b>  | Redes sociales y comerciales.<br>Fº Liébana Cabanillas                | <b>7</b>  | Redes sociales y comerciales.<br>Fº Liébana Cabanillas                      | <b>8</b>  | Herramientas para la investigación comercial<br>Teodoro Luque               | <b>9</b>  | Herramientas para la investigación comercial<br>Teodoro Luque  |
|                |  |           | Redes sociales y comerciales.<br>Fº Liébana Cabanillas                |           | Marketing cros-cultural<br>Juan M. Alcántara Pilar                          |           | Marketing y comunicación en el mundo digital.<br>Teodoro Luque              |           | Marketing y comunicación en el mundo digital.<br>Teodoro Luque |
| <b>12</b>      | Marketing y comunicación en el mundo digital.<br>Lucía Porcu | <b>13</b> | Marketing y comunicación en el mundo digital.<br>Lucía Porcu          | <b>14</b> | S2 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas.<br>Lucía Porcu       | <b>15</b> | Herramientas para la investigación comercial<br>Fº Javier Blanco Encomienda | <b>16</b> | Redes sociales y comerciales.<br>Laiachi El Kaoutit            |
|                | Marketing y comunicación en el mundo digital.<br>Lucía Porcu |           | S2 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas.<br>Lucía Porcu |           | Herramientas para la investigación comercial<br>Fº Javier Blanco Encomienda |           | Redes sociales y comerciales.<br>Laiachi El Kaoutit                         |           |  |
| <b>19</b>      |  | <b>20</b> | Marketing cros-cultural<br>Juan M Alcántara Pilar                     | <b>21</b> | Herramientas para la investigación comercial<br>Fº Javier Blanco Encomienda | <b>22</b> | Marketing y comunicación en el mundo digital.<br>Luis Doña                  | <b>23</b> | Marketing y comunicación en el mundo digital.<br>Luis Doña     |
|                |  |           | Marketing cros-cultural<br>Juan M Alcántara Pilar                     |           | Herramientas para la investigación comercial<br>Fº Javier Blanco Encomienda |           | Marketing y comunicación en el mundo digital.<br>Luis Doña                  |           | Marketing cros-cultural<br>Juan M Alcántara Pilar              |
| <b>26</b>      |  | <b>27</b> |   | <b>28</b> | Herramientas para la investigación comercial<br>Fº Javier Blanco Encomienda | <b>29</b> | Redes sociales y comerciales.<br>Laiachi El Kaoutit                         | <b>30</b> | Herramientas para la investigación comercial<br>Teodoro Luque  |
|                |  |           |   |           | Herramientas para la investigación comercial<br>Fº Javier Blanco Encomienda |           | Redes sociales y comerciales.<br>Laiachi El Kaoutit                         |           | Marketing y comunicación en el mundo digital.<br>Teodoro Luque |

# MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 24/09/2018)

| Diciembre 2018 |   |        |   |           |  |        |   |         |   |
|----------------|---|--------|---|-----------|--|--------|---|---------|---|
| LUNES          |   | MARTES |   | MIÉRCOLES |  | JUEVES |   | VIERNES |   |
| 3              | Marketing y comunicación en el mundo digital.<br>Salvador Del Barrio García | 4      | Marketing y comunicación en el mundo digital.<br>Salvador Del Barrio García | 5         |  | 6      |   | 7       |   |
|                | Marketing y comunicación en el mundo digital.<br>Salvador Del Barrio García |        | Marketing cros-cultural<br>Juan M Alcántara Pilar                           |           |  |        |   |         |   |
| 10             |   | 11     | Marketing cros-cultural<br>Juan M Alcántara Pilar                           | 12        | Herramientas para la investigación comercial<br>Ana Eugenia Marín    | 13     | Herramientas para la investigación comercial<br>Ana Eugenia Marín | 14      | Herramientas para la investigación comercial<br>Ana Eugenia Marín |
|                |   |        | Marketing cros-cultural<br>Juan M Alcántara Pilar                           |           | Herramientas para la investigación comercial<br>Ana Eugenia Marín    |        | Herramientas para la investigación comercial<br>Ana Eugenia Marín |         | Herramientas para la investigación comercial<br>Ana Eugenia Marín |
| 17             | Herramientas para la investigación comercial<br>Miguel Ángel Rodríguez      | 18     | Herramientas para la investigación comercial<br>Miguel Ángel Rodríguez      | 19        | S4 – Prácticas de ecuaciones estructurales<br>Miguel Ángel Rodríguez | 20     | Redes sociales y comerciales.<br>Laiachi El Kaoutit               |         |   |
|                | Herramientas para la investigación comercial<br>Miguel Ángel Rodríguez      |        | S4 – Prácticas de ecuaciones estructurales<br>Miguel Ángel Rodríguez        |           | Redes sociales y comerciales.<br>Laiachi El Kaoutit                  |        |   |         |   |



# MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 24/09/2018)

| Enero 2019 |  |        |  |           |  |        |  |         |  |
|------------|--|--------|--|-----------|--|--------|--|---------|--|
| LUNES      |  | MARTES |  | MIÉRCOLES |  | JUEVES |  | VIERNES |  |
|            |  | 8      | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social.<br>Enrique Martín Armario | 9         | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social.<br>Enrique Martín Armario | 10     | S6 - Estudio Mat. Redes Sociales<br>Laiachi El Kaoutit                                     | 11      | S6 – Estudio Mat. Redes Sociales<br>Laiachi El Kaoutit                                     |
|            |  |        | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social.<br>Enrique Martín Armario |           | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social.<br>Enrique Martín Armario |        | S6 - Estudio Mat. Redes Sociales<br>Laiachi El Kaoutit                                     |         | Redes sociales y comerciales.<br>Laiachi El Kaoutit  |
| 14         | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social.<br>Juan M. Rey Pino | 15     | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social.<br>Juan M. Rey Pino       | 16        | Marketing cros-cultural<br>Juan M. Alcántara Pilar   | 17     |  | 18      | Redes sociales y comerciales.<br>Manuel Bullejos Lorenzo                                   |
|            | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social.<br>Juan M. Rey Pino |        | Marketing cros-cultural<br>Juan M Alcántara Pilar  |           | Marketing cros-cultural<br>Juan M. Alcántara Pilar   |        | Redes sociales y comerciales.<br>Manuel Bullejos Lorenzo                                   |         |  |
| 21         |  | 22     | Marketing cros-cultural<br>Juan M Alcántara Pilar  | 23        |  | 24     | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social.<br>Juan M. Rey Pino | 25      | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social.<br>Juan M. Rey Pino |
|            |  |        | Marketing cros-cultural<br>Juan M Alcántara Pilar  |           |  |        | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social.<br>Juan M. Rey Pino |         | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social.<br>Juan M. Rey Pino |
| 28         |  | 29     |  | 30        | Redes sociales y comerciales.  | 31     |  |         |  |
|            |  |        |  |           |  |        |  |         |  |



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 24/09/2018)

| Febrero 2019 |   |        |   |           |   |        |  |         |  |
|--------------|---|--------|---|-----------|---|--------|--|---------|--|
| LUNES        |   | MARTES |   | MIÉRCOLES |   | JUEVES |  | VIERNES |  |
|              |   |        |   |           |   |        |  | 1       | Herramientas para la investigación comercial   |
| 4            | Marketing y comunicación en el mundo digital.   | 5      |   | 6         | Marketing cros-cultural   | 7      |  | 8       | Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social                  |
| 11           |   | 12     | Dispositivos inteligentes y marketing<br>Beatriz Prieto                       | 13        | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa.<br>José Luis Garrido | 14     | Dispositivos inteligentes y marketing<br>Beatriz Prieto                                | 15      | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa.<br>Carlos Rodríguez |
|              |   |        |   |           | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa.<br>José Luis Garrido |        | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa.<br>Carlos Rodríguez |         | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa.<br>Carlos Rodríguez |
| 18           |   | 19     | Dispositivos inteligentes y marketing<br>Beatriz Prieto                       | 20        | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa.<br>Carlos Rodríguez  | 21     | Dispositivos inteligentes y marketing<br>Beatriz Prieto                                | 22      | S5 – Prácticas de técnicas de investigación comercial<br>David Molina Muñoz            |
|              |   |        |   |           | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa.<br>Carlos Rodríguez  |        | S5 – Prácticas de técnicas de investigación comercial<br>David Molina Muñoz            |         | S5 – Prácticas de técnicas de investigación comercial<br>David Molina Muñoz            |
| 25           | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información<br>M <sup>a</sup> Carmen Morón | 26     | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información<br>Cecilio Gómez | 27        | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa.<br>Carlos Rodríguez  | 28     | Dispositivos inteligentes y marketing<br>Beatriz Prieto                                |         |  |
|              | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información<br>Cecilio Gómez               |        | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información<br>Cecilio Gómez |           | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa.<br>Carlos Rodríguez  |        | Dispositivos inteligentes y marketing<br>Salvador Del Barrio García                    |         |  |



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 24/09/2018)

| Marzo 2019 |   |           |   |           |   |           |   |           |   |
|------------|---|-----------|---|-----------|---|-----------|---|-----------|---|
| LUNES      |   | MARTES    |   | MIÉRCOLES |   | JUEVES    |   | VIERNES   |   |
|            |   |           |   |           |   |           |   | <b>1</b>  | Dispositivos inteligentes y marketing<br>Salvador Del Barrio García   |
|            |   |           |   |           |   |           |   |           | Dispositivos inteligentes y marketing<br>Salvador Del Barrio García   |
| <b>4</b>   | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados<br>Kawtar Benghazi    | <b>5</b>  | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados<br>Kawtar Benghazi                  | <b>6</b>  | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados<br>Kawtar Benghazi                                    | <b>7</b>  | Dispositivos inteligentes y marketing<br>Beatriz Prieto   | <b>8</b>  | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa.<br>Carlos Rodríguez                        |
|            | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados<br>Kawtar Benghazi    |           | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados<br>Kawtar Benghazi                  |           | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa.<br>Carlos Rodríguez                        |           | sistema basado en SOA para la investigación de mercados<br>Kawtar Benghazi                                    |           | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa.<br>Carlos Rodríguez                        |
| <b>11</b>  | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información<br>Cecilio Gómez | <b>12</b> | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información<br>Cecilio Gómez               | <b>13</b> | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información<br>Cecilio Gómez                                 | <b>14</b> | S3 – Prácticas de inv. Cualitativa<br>Juan M. Rey Pino  | <b>15</b> | S3 – Prácticas de inv. Cualitativa<br>Juan M. Rey Pino  |
|            | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información<br>Cecilio Gómez |           | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información<br>Cecilio Gómez               |           | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información<br>Cecilio Gómez                                 |           | S3 – Prácticas de inv. Cualitativa<br>Juan M. Rey Pino  |           | S3 – Prácticas de inv. Cualitativa<br>Juan M. Rey Pino  |
| <b>18</b>  | Dispositivos inteligentes y marketing<br>Juan Sánchez Fernández               | <b>19</b> | Dispositivos inteligentes y marketing<br>Juan Sánchez Fernández                             | <b>20</b> | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing.<br>Manuel Noguera                       | <b>21</b> | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing.<br>Manuel Noguera                       | <b>22</b> | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing.<br>Manuel Noguera                       |
|            | Dispositivos inteligentes y marketing<br>Juan Sánchez Fernández               |           |   |           | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing.<br>Manuel Noguera                       |           | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing.<br>Manuel Noguera                       |           | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing.<br>Manuel Noguera                       |
| <b>25</b>  |   | <b>26</b> | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información<br>M <sup>a</sup> Carmen Morón | <b>27</b> | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing.<br>M <sup>a</sup> José Rodríguez Fortiz | <b>28</b> | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing.<br>M <sup>a</sup> José Rodríguez Fortiz | <b>29</b> | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing.<br>M <sup>a</sup> José Rodríguez Fortiz |
|            |   |           | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información<br>Cecilio Gómez               |           | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing.<br>M <sup>a</sup> José Rodríguez Fortiz |           | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing.<br>M <sup>a</sup> José Rodríguez Fortiz |           | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing.<br>M <sup>a</sup> José Rodríguez Fortiz |

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 24/09/2018)

| Abril 2019 |  |           |  |           |  |           |  |           |  |
|------------|--|-----------|--|-----------|--|-----------|--|-----------|--|
| LUNES      |  | MARTES    |  | MIÉRCOLES |  | JUEVES    |  | VIERNES   |  |
| <b>1</b>   | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados<br>Kawtar Benghazi | <b>2</b>  | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados<br>Kawtar Benghazi | <b>3</b>  | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados<br>Kawtar Benghazi | <b>4</b>  | S1 - Modelos de regresión avanzados.<br>Esmeralda Crespo Almendros | <b>5</b>  | S1 - Modelos de regresión avanzados.<br>Esmeralda Crespo Almendros |
|            | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados<br>Kawtar Benghazi |           | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados<br>Kawtar Benghazi |           | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados<br>Kawtar Benghazi |           | S1 - Modelos de regresión avanzados.<br>Esmeralda Crespo Almendros |           |  |
| <b>8</b>   |  | <b>9</b>  |  | <b>10</b> |  | <b>11</b> |  | <b>12</b> |  |
| <b>15</b>  |  | <b>16</b> |  | <b>17</b> |  | <b>18</b> |  | <b>19</b> |  |
| <b>22</b>  | Marco legal para el uso de las tecnologías de la información               | <b>23</b> |  | <b>24</b> | Dispositivos inteligentes y marketing                                      | <b>25</b> |  | <b>26</b> | Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. |
| <b>29</b>  |  | <b>28</b> |  | <b>29</b> | Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing.      | <b>30</b> |  | <b>31</b> | Sistema basado en SOA para la investigación de mercados            |