

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Aprobado por la CAM el 03/7/2017)

Sesión de apertura del máster: 16 de octubre de 2017 a las 16:30 en el Salón de Grados de la Facultad de Educación, Economía y Tecnología de Ceuta de la Universidad de Granada.

En cada día, las clases se imparten en dos sesiones de 16:30 a 21:00. A partir del día 24/10/2017, las clases se impartirán en el aula 25 (segunda planta).

El máster utilizará la plataforma <http://prado.ugr.es/moodle/>, a la que tendrán acceso los alumnos una vez matriculados.



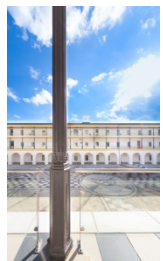
MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Aprobado por la CAM el 03/7/2017)

Octubre 2017									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
16	Apertura	17	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Enrique Martín Armario	18	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Enrique Martín Armario	19	Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit	20	
			Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Enrique Martín Armario		Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Enrique Martín Armario		Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit		
23	Redes sociales y comerciales. Fº Liébana Cabanillas	24	Redes sociales y comerciales. Fº Liébana Cabanillas	25		26	Herramientas para la investigación comercial Teodoro Luque	27	Marketing y comunicación en el mundo digital. Teodoro Luque
	Redes sociales y comerciales. Fº Liébana Cabanillas						Herramientas para la investigación comercial Teodoro Luque		Marketing y comunicación en el mundo digital. Teodoro Luque
30		31							



MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Aprobado por la CAM el 03/7/2017)

Noviembre 2017									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
				1		2	Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda	3	
							Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda		
6		7		8	Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda	9	Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda	10	
					Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda		Herramientas para la investigación comercial Fº Javier Blanco Encomienda		
13		14		15	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín	16	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín	17	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín
			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
20		21	Marketing y comunicación en el mundo digital. Lucia Porcu	22	Marketing y comunicación en el mundo digital. Lucia Porcu	23	S2 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas. Lucia Porcu	24	Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar
			Marketing y comunicación en el mundo digital. Lucia Porcu		S2 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas. Lucia Porcu		S2 - Prácticas en elaboración y valoración de escalas. Lucia Porcu		Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar
27	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino	28	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino	29	S3 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino	30	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi		
	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino		Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino		S3 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino		Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi		



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>) (Aprobado por la CAM el 03/7/2017)

Diciembre 2017									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
								1	
4	Marketing cros-cultural Carmen Sabiote Ortiz	5	Marketing cros-cultural Carmen Sabiote Ortiz	6		7		8	
11	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino	12	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino	13		14	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi	15	Herramientas para la investigación comercial Teodoro Luque
	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social. Juan M. Rey Pino		S3 – Prácticas de inv. Cualitativa Juan M. Rey Pino				Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi		Marketing y comunicación en el mundo digital. Teodoro Luque
18	Herramientas para la investigación comercial Miguel Ángel Rodríguez	19	Herramientas para la investigación comercial Miguel Ángel Rodríguez	20	S4 – Prácticas de ecuaciones estructurales Miguel Ángel Rodríguez	21		22	
	Herramientas para la investigación comercial Miguel Ángel Rodríguez		S4 – Prácticas de ecuaciones estructurales Miguel Ángel Rodríguez		S4 – Prácticas de ecuaciones estructurales Miguel Ángel Rodríguez				



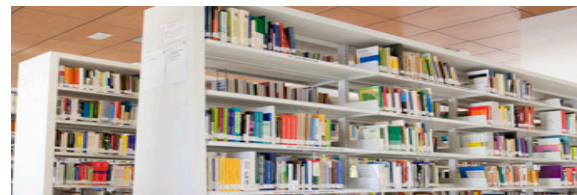
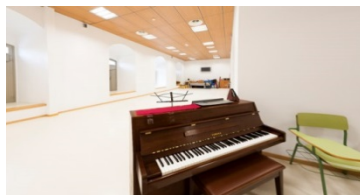
MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Aprobado por la CAM el 03/7/2017)

Enero 2018									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
8	Marketing y comunicación en el mundo digital. Esmeralda Crespo Almedros	9	Marketing y comunicación en el mundo digital. Esmeralda Crespo Almedros	10	S1 - Modelos de regresión avanzados. Esmeralda Crespo Almedros	11	Marketing y comunicación en el mundo digital. Salvador Del Barrio García	12	Marketing y comunicación en el mundo digital. Salvador Del Barrio García
	Marketing y comunicación en el mundo digital. Esmeralda Crespo Almedros		S1 - Modelos de regresión avanzados. Esmeralda Crespo Almedros		Marketing y comunicación en el mundo digital. Salvador Del Barrio García		Presentación de las temáticas de los Trabajos De Fin De Máster (TFM).		
15	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi	16	Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar	17	Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit	18	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi	19	Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit
	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi		Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar		Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit		Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi		Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit
22		23	Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar	24	S6 - Estudio mat. Redes Sociales Laiachi El Kaoutit	25	Redes sociales y comerciales. Manuel Bullejos Lorenzo	26	Redes sociales y comerciales. Laiachi El Kaoutit
			Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar		S6 - Estudio mat. Redes Sociales Laiachi El Kaoutit		Redes sociales y comerciales. Manuel Bullejos Lorenzo		S6 - Estudio Mat. Redes Sociales Laiachi El Kaoutit
29		30	Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar	31					
			Marketing cros-cultural Juan M Alcántara Pilar		Examen de Comercio Electrónico.				



MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Aprobado por la CAM el 03/7/2017)

Febrero 2018									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
						1	S5 – Prácticas de técnicas de investigación comercial Ana Eugenia Marín	2	S5 – Prácticas de técnicas de investigación comercial Ana Eugenia Marín
							S5 – Prácticas de técnicas de investigación comercial Ana Eugenia Marín		
5	EXAMENES	6	EXAMENES	7	EXAMENES	8	EXAMENES	9	EXAMENES
12	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	13	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Manuel Noguera	14	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Manuel Noguera	15	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi	16	Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi
			Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Manuel Noguera		Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Manuel Noguera		Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi		Sistema basado en SOA para la investigación de mercados Kawtar Benghazi
19		20	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	21		22	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. José Luis Garrido	23	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez
							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
26	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M ^a Carmen Morón	27	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez	28	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		Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez				



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>) (Aprobado por la CAM el 03/7/2017)

Marzo 2018									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
						1	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez	2	
							Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez		
5	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez	6	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	7	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez	8	Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez	9	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		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		Sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para la empresa. Carlos Rodríguez
12	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M ^a Carmen Morón	13	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	14	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing. Manuel Noguera	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
	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. 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
19		20	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	21		22	Dispositivos inteligentes y marketing Beatriz Prieto	23	Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García
							Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García		Dispositivos inteligentes y marketing Salvador Del Barrio García
26		27		28		29		30	

MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Aprobado por la CAM el 03/7/2017)

Abril 2018									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
2		3		4		5		6	
9	Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez Fernández	10	Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez Fernández	11		12		13	
	Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez Fernández								
16	EXAMENES	17	EXAMENES	18	EXAMENES	19	EXAMENES	20	EXAMENES