UNIVERSIDAD DE GRANADA

Máster Universitario en Tecnologías para la Investigación de Mercados y Marketing

Líneas de investigación

Líneas de Investigación del Máster

N	APELLIDOS, NOMBRE	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	EMAIL
1	Aguado Romero, José	Emprendimiento social en la red El comportamiento del consumidor moderado por; 1. La cultura y el idioma como transportador de dimensiones culturales. 2. Realidad Virtual, Aumenta y Mixta. 3. Series famosas y destinos turísticos.	jaguado@ugr.es
2	Alcántara Pilar, Juan Miguel		jmap@ugr.es
3	Blanco Encomienda, Javier	Investigación de mercados. Un enfoque cuantitativo	jble@ugr.es
4	Patricia Carrasco García	Marketing turístico, nuevas tecnologías (RV, IA...) aplicadas al comportamiento del turista.	patricarrasco@ugr.es
5	Casado Aranda, Luis Alberto	Neuromarketing aplicado a estrategias de comunicación y diseño de web de compra	lcasado@ugr.es

Copyright© 2026 Universidad de Granada

6	Del Barrio García, Salvador	Comunicación integrada de marketing. Consumer Brand Engagement y Social Media	dbarrio@ugr.es
7	Doña Toledo, Luis	Marketing educativo: universidad, inclusión y responsabilidad social.	luisdt@ugr.es
8	García Garrión, Beatriz	Neurofisiologia en el comportamiento del usuario digital. El efecto de petfriendly en el sector de servicios	beatrizgarcia@ugr.es
9	Gómez Cabrera, Cecilio	Iuscibernética	cegomes@ugr.es
10	Guerrero Gómez, Tamara	Usabilidad de RRSS: Control de datos	tgg@ugr.es
11	Hernández Peinado, Manuel	Comportamiento del Consumidor en la Era Digital y del Desarrollo Sostenible: El Papel de las Tecnologías de la Comunicación y los Servicios	mhpeinad@ugr.es
12	Higueras Castillo, Elena	Consumo responsable: adopción de tecnologías sostenibles	ehigueras@ugr.es

Copyright© 2026 Universidad de Granada

13	Liébana Cabanillas, Francisco	Comportamiento de compra en nuevos canales: Social Commerce y Live Streaming Commerce Comportamiento de compra en nuevos entornos: Realidad Virtual y Realidad Mixta. Sistemas de pago alternativos (móvil, biométricos, etc)	franlieb@ugr.es
14	Montero González, Bárbara	Adopción de tecnologías emergentes y comportamiento del consumidor.	barmg@ugr.es
15	Morón Pérez, Carmen	Iuscibernética	cmoron@ugr.es
16	Muñoz Leiva, Francisco	Adopción de servicios turísticos online. Comportamiento del consumidor bancario y servicios financieros digitales. Adopción y uso de medios de pago y tecnologías de pago	franml@ugr.es
17	Ortiz Pérez, Alejandro	La sostenibilidad social y medioambiental en el e-marketing	aleortiz@ugr.es

Copyright© 2026 Universidad de Granada

18	Peco Torres, Francisco	Marketing turístico, Marketing deportivo, Social Media y Branding	fpeco@ugr.es
19	Porcu, Lucia	Comunicación integrada de marketing. Consumer Brand Engagement y Social Media	luciapor@ugr.es
20	Rodríguez López, Mª Eugenia	Tecnologías inteligentes y experiencia del cliente: el impacto de la inteligencia artificial y la robótica en restaurantes.	eugeniarodriguez@ugr.es
21	Rojas Lamorena, Álvaro José	El espectador de series de televisión y cine: comportamiento y turismo cinéfilo/seriéfilo	alvarorojas@ugr.es
22	Rosillo Díaz, Elena	El papel de las señales atmosféricas en el comportamiento del consumidor de comercio electrónico	erosillo@ugr.es
23	Sabiote Ortiz, Carmen	Investigación cross-cultural en turismo	csabiote@ugr.es
24	Sánchez Fernández, Juan	Neurociencia y consumo responsable. Internet de las cosas y servicio al cliente.	sanchezf@ugr.es

Copyright© 2026 Universidad de Granada