



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;	jaguado@ugr.es
2	Alcántara Pilar, Juan Miguel	1. La cultura y el idioma como transportador de dimensiones culturales. 2. Realidad Virtual, Aumenta y Mixta. 3. Series famosas y destinos turísticos.	jmap@ugr.es
3	Blanco Encomienda, Javier	Investigación de mercados. Un enfoque cuantitativo	jble@ugr.es
4	Casado Aranda, Luis Alberto	Neuromarketing aplicado a estrategias de comunicación y diseño de web de compra	lcasado@ugr.es
5	Del Barrio García, Salvador	Herramientas de ciencia de datos para la generación de conocimiento en marketing	dbarrio@ugr.es

6	Doña Toledo, Luis	Marketing educativo: universidad, inclusión y responsabilidad social.	luisdt@ugr.es
7	García Garrión, Beatriz	Neurofisiología en el comportamiento del usuario digital.	beatrizgarcia@ugr.es
8	Gómez Cabrera, Cecilio	luscibernética	cegomes@ugr.es
9	Guerrero Gómez, Tamara	Usabilidad de RRSS: Control de datos	tgg@ugr.es
10	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
11	Higueras Castillo, Elena	Consumo responsable: adopción de tecnologías sostenibles	ehigueras@ugr.es
12	Liébana Cabanillas, Francisco	Marketing Financiero y Comportamiento de compra en redes sociales: Social Commerce	franlieb@ugr.es
13	Marín Jiménez, Ana Eugenia	Análisis multivariable en los estudios de marketing	anamarin@ugr.es
14	Morón Pérez, Carmen	luscibernética	cmoron@ugr.es

15	Muñoz Leiva, Francisco	Neuromarketing, adopción de servicios online y greenmarketing	franml@ugr.es
16	Ortiz Pérez, Alejandro	La sostenibilidad social y medioambiental en el e-marketing	aleortiz@ugr.es
17	Peco Torres, Francisco	Marketing turístico, Marketing deportivo, Social Media y Branding	fpeco@ugr.es
18	Porcu, Lucia	Comunicación integrada de marketing. Consumer Brand Engagement y Social Media	luciapor@ugr.es
19	Rodríguez López, M ^a Eugenia	Shoppable video y otros canales de compra: la intención de uso y adopción por parte del consumidor	eugeniarodriguez@ugr.es
20	Rojas Lamorena, Álvaro José	El espectador de series de televisión y cine: comportamiento y turismo cinéfilo/seriéfilo	alvarorojas@ugr.es
21	Rosillo Díaz, Elena	El papel de las señales atmosféricas en el comportamiento del consumidor de comercio electrónico	erosillo@ugr.es
22	Sabiote Ortiz, Carmen	Investigación cross-cultural en turismo	csabiote@ugr.es
23	Sánchez Fernández, Juan	Neurociencia y consumo responsable. Internet de las cosas y servicio al cliente.	sanchezf@ugr.es

