

# MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 13/5/2024)

**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 13/5/2024)

## Trabajo de Fin de Máster:

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's 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](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.

# MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 13/5/2024)

Octubre – Noviembre 2024									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
7	<b>ACTO DE APERTURA</b>	8	<b>MUTIMM – Café</b> 1 <sup>er</sup> 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		Seminario de Servicio y Herramientas de la Biblioteca		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 <sup>a</sup> Eugenia Rodríguez López	16	Competencias para preparación del TFM (S1) Javier Blanco Encomienda	17	Competencias para preparación del TFM (S1) Javier Blanco Encomienda	18	
	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar		Herramientas para la investigación comercial M <sup>a</sup> Eugenia Rodríguez López		Competencias para preparación del TFM (S1) Javier Blanco Encomienda		Competencias para preparación del TFM (S1) Javier Blanco Encomienda		
21	Marketing y comunicación en el mundo digital Álvaro Rojas Lamorena	22		23	Marketing en redes sociales Francisco Liébana	24	Marketing en redes sociales Francisco Liébana	25	Marketing en redes sociales Manuel Hernández
	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar				Marketing en redes sociales Francisco Liébana		Marketing y comunicación en el mundo digital Álvaro Rojas Lamorena		Herramientas para la investigación comercial M <sup>a</sup> Eugenia Rodríguez López
28	Marketing y comunicación en el mundo digital Álvaro Rojas Lamorena	29		30	Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda	31	Marketing en redes sociales Manuel Hernández	<b>1</b>	
	Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar				Herramientas para la investigación comercial Javier Blanco Encomienda		Marketing en redes sociales Manuel Hernández		
<b>Asignatura “Competencias para la preparación del TFM”</b>									
<b>1er semestre:</b> S1 – Fundamentos del análisis de datos S2 - Prácticas en elaboración y validación de escalas					<b>2º semestre:</b> S3 - Prácticas de ecuaciones estructurales S4 - Modelos de regresión avanzados				
<b>Seminario sobre Servicios y herramientas de la biblioteca:</b> 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 ( <a href="mailto:bibenferceuta@ugr.es">bibenferceuta@ugr.es</a> )									

Noviembre (Mes de asignación de TFM)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	

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

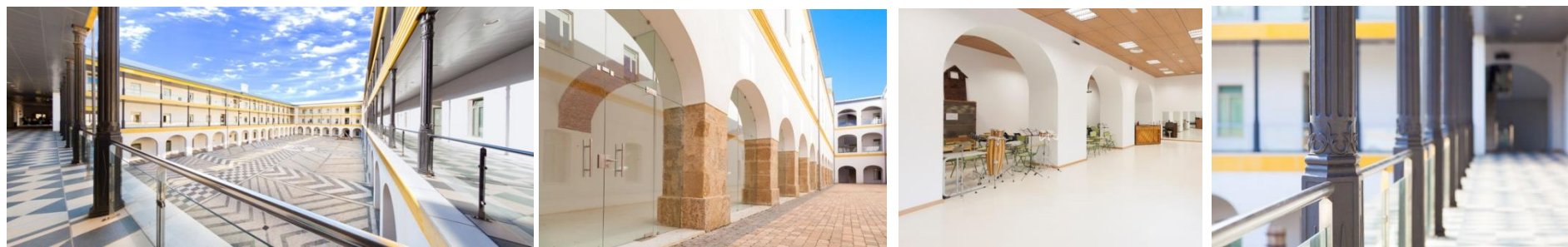
*Facultad de Educación, Economía y Tecnología de Ceuta  
Máster en Tecnologías para la Investigación de Mercados y Marketing*

# MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 13/5/2024)

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	
	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		
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		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	
	Neurociencia aplicada a la comprensión del consumidor 3.0. Luis Casado				Marketing y comunicación en el mundo digital Francisco Peco		Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar		

# MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 13/5/2024)

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		5		6	
	Herramientas para la investigación comercial Ana Eugenia Marín		Marketing cros-cultural Juan M. Alcántara Pilar						
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 en redes sociales Tamara Guerrero Gómez
			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 en redes sociales Tamara Guerrero Gómez
16		17		18		19		20	



# MASTER UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING (<http://masteres.ugr.es/mutimm>) (Actualizado el 13/5/2024)

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 13/5/2024)

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		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						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 <sup>a</sup> Carmen Morón	12		13	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Seminario	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 <sup>a</sup> Carmen Morón				Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Seminario		Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Álvaro Rojas Lamorena
17	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Eugenia Rodríguez López	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
	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social 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				Competencias para preparación del TFM (S4) 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	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Alejandro Ortiz	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		



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 13/5/2024)

Marzo 2025									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
<b>3</b>	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Luis Doña Toledo	<b>4</b>	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social Luis Doña Toledo	<b>5</b>	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Diego Pascual	<b>6</b>		<b>7</b>	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
<b>10</b>	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M <sup>a</sup> Carmen Morón	<b>11</b>		<b>12</b>		<b>13</b>	Dispositivos inteligentes y marketing Alejandro Ortiz	<b>14</b>	Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero
	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M <sup>a</sup> Carmen Morón						Dispositivos inteligentes y marketing Diego Pascual		Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero
<b>17</b>	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez	<b>18</b>	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información Cecilio Gómez	<b>19</b>	Dispositivos inteligentes y marketing Diego Pascual	<b>20</b>		<b>21</b>	
	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)*		
<b>24</b>	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M <sup>a</sup> Carmen Morón	<b>25</b>		<b>26</b>	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Diego Pascual	<b>27</b>	Dispositivos inteligentes y marketing Ignacio Luque	<b>28</b>	Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero
	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M <sup>a</sup> Carmen Morón				Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Diego Pascual		Dispositivos inteligentes y marketing Ignacio Luque		Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero
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 13/5/2024)

Abril 2025 (En gris, período de examen)											
En	MARTES			MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES			
<b>31</b>	<b>Fin de Ramadán</b>			<b>1</b>		<b>2</b>	Dispositivos inteligentes y marketing Salvador del Barrio	<b>3</b>	Dispositivos inteligentes y marketing Salvador del Barrio	<b>4</b>	Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero
			Dispositivos inteligentes y marketing Salvador del Barrio				Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero				
<b>7</b>		<b>8</b>		<b>9</b>		<b>10</b>		<b>11</b>			
<b>14</b>		<b>15</b>		<b>16</b>		<b>17</b>		<b>18</b>			
<b>21</b>		<b>22</b>	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M <sup>a</sup> Carmen Morón	<b>23</b>	Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez	<b>24</b>	Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez	<b>25</b>	Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero		
			Marco legal para el uso de las tecnologías de la información M <sup>a</sup> Carmen Morón		Dispositivos inteligentes y marketing Juan Sánchez				Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC. José Aguado Romero		
<b>28</b>	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Elena Higuera	<b>29</b>	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing Elena Higuera	<b>30</b>		<b>1</b>		<b>2</b>			
	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 13/5/2024)

Mayo 2025 (en gris, período de evaluación 2º semestre)									
LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES	
5		6		7		8		9	
12	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social	13		14	Dispositivos inteligentes y marketing	15		16	Respuesta ágil al mercado y a la gestión de estrategias de marketing
19	Competencias para preparación del TFM	20		21	Marco legal para el uso de las tecnologías de la información	22		23	Innovación y negocio digital. Emprender desde las TIC.
26		27		28		29		30	
Junio 2025 (En gris, período de evaluación extraordinario)									
2		3		4		5		6	
9	Competencias para la preparación del TFM	10	Dispositivos inteligentes y marketing	11	Orientación al mercado, marketing relacional y responsabilidad social	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	Marketing cross-cultural	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