

Comienzo de clase el 16 de Septiembre. **Aula de la clase (Aula 104 del Módulo 15)**. Facultad de C. Económicas y Empresariales (UAM)

### Septiembre 2024

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9 :00-11:30h	<b>16</b> Comienzo clases Presentación curso	<b>17</b> Dirección estratégica de Marketing	<b>18</b> El consumidor y el marketing en la era digital	<b>19</b> Introducción a la investigación en Marketing	<b>20</b> Tutorías
11 :30-14h		Introducción a la investigación en Marketing	Dirección de producto y marca	Dirección estratégica de Marketing	Tutorías/conferencias
9 :00-11:30h	<b>23</b> Dirección de producto y marca	<b>24</b> Dirección estratégica de Marketing	<b>25</b> El consumidor y el marketing en la era digital	<b>26</b> Introducción a la investigación en Marketing	<b>27</b> Tutorías
11 :30-14h	El consumidor y el marketing en la era digital	Introducción a la investigación en Marketing	Dirección de producto y marca	Dirección estratégica de Marketing	Tutorías/conferencias
9 :00-11:30h	30 Dirección de producto y marca				
11 :30-14h	El consumidor y el marketing en la era digital				

## Octubre 2024

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9 :00-11:30h		<b>1</b> Dirección estratégica de Marketing	<b>2</b> El consumidor y el marketing en la era digital	<b>3</b> Introducción a la investigación en Marketing	<b>4</b> Optativa 1M1
11 :30-14h		Introducción a la investigación en Marketing	Dirección de producto y marca	Dirección estratégica de Marketing	Optativa 1M2
9:00-11:30h	<b>7</b> Dirección de producto y marca	<b>8</b> Dirección estratégica de Marketing	<b>9</b> El consumidor y el marketing en la era digital	<b>10</b> Introducción a la investigación en Marketing	<b>11</b> Optativa 1M1
11 :30-14h	El consumidor y el marketing en la era digital	Introducción a la investigación en Marketing	Dirección de producto y marca	Dirección estratégica de Marketing	Optativa 1M2
9:00-11:30h	<b>14</b> Dirección de producto y marca	<b>15</b> Dirección estratégica de Marketing	<b>16</b> El consumidor y el marketing en la era digital	<b>17</b> Introducción a la investigación en Marketing	<b>18</b> Optativa 1M1
11 :30-14h	El consumidor y el marketing en la era digital	Introducción a la investigación en Marketing	Dirección de producto y marca	Dirección estratégica de Marketing	Optativa 1M2
9:00-11:30h	<b>21</b> Dirección de producto y marca	<b>22</b> Dirección estratégica de Marketing	<b>16</b> El consumidor y el marketing en la era digital	<b>24</b> Introducción a la investigación en Marketing	<b>25</b> Optativa 1M1
11 :30-14h	El consumidor y el marketing en la era digital	Introducción a la investigación en Marketing	Dirección de producto y marca	Dirección estratégica de Marketing	Optativa 1M2
9:00-11:30h	<b>28</b> Dirección de producto y marca	<b>29</b> Evaluación Mk estratégico	<b>30</b> Evaluación El consumidor y el marketing en la era digital	<b>31</b> DISPOSICIÓN MASTER	FESTIVO
11 :30-14h	El consumidor y el marketing en la era digital	Ev. Introducción a la investigación en Marketing	Evaluación Dirección de producto y Marca		

**Optativa 1M1** : Análisis Multidisciplinar en el comportamiento del consumidor o La oferta de valor : Innovación y nuevos productos

**Optativa 1M2** : Social Media Marketing o Nuevas tendencias de Marketing

## Noviembre 2024

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-11:30h	<b>4</b> Optativa 1M2	<b>5</b> Dirección de precios	<b>6</b> Marketing Digital	<b>7</b> Análisis de la información cuantitativa	<b>8</b> Optativa 1M1
11 :30-14h	Marketing Digital	Análisis de la información cuantitativa	Competencias para el ejercicio profesional	Dirección de precios	Optativa 1M2
9:00-11:30h	<b>11</b> Optativa 1M2	<b>12</b> Dirección de precios	<b>13</b> Marketing Digital	<b>14</b> Análisis de la información cuantitativa	<b>15</b> Optativa 1M1
11 :30-14h	Marketing Digital	Análisis de la información cuantitativa	Competencias para el ejercicio profesional	Dirección de precios	Optativa 1M2
9:00-11:30h	<b>18</b> Optativa 1M2	<b>19</b> Dirección de precios	<b>20</b> Marketing Digital	<b>21</b> Análisis de la información cuantitativa	<b>22</b> Optativa 1M1
11 :30-14h	Marketing Digital	Análisis de la información cuantitativa	Competencias para el ejercicio profesional	Dirección de precios	Optativa 1M2
9:00-11:30h	<b>25</b> Optativa 1M2	<b>26</b> Dirección de precios	<b>27</b> Marketing Digital	<b>28</b> Análisis de la información cuantitativa	<b>29</b> Optativa 1M1
11 :30-14h	Marketing Digital	Análisis de la información cuantitativa	Competencias para el ejercicio profesional	Dirección de precios	Optativa 1M2

Optativa 1M1 : Análisis Multidisciplinar en el comportamiento del consumidor o La oferta de valor : Innovación y nuevos productos

Optativa 1M2 : Social Media Marketing o Nuevas tendencias de Marketing

## Diciembre 2024

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-11:30h	<b>2</b> Optativa 1M1	<b>3</b> Dirección de precios	<b>4</b> Marketing Digital	5 Análisis de la información cuantitativa	6 FESTIVO
11 :30-14h	Marketing Digital	Análisis de la información cuantitativa	Competencias para el ejercicio profesional	Dirección de precios	
9:00-11:30h	<b>9</b> Optativa 1M1	<b>10</b> Dirección de precios	<b>11</b> Marketing Digital	<b>12</b> Análisis de la información cuantitativa	<b>13</b> Optativa 1M1
11 :30-14h	Marketing Digital	Análisis de la información cuantitativa	Competencias para el ejercicio profesional	Dirección de precios	
9:00-11:30h	<b>16</b> Evaluación Optativa 1M1	<b>17</b> Evaluación Dirección de precios	<b>18</b> DISPOSICIÓN MÁSTER	<b>19</b> DISPOSICIÓN MÁSTER	<b>20</b>
11 :30-14h	Evaluación Mk digital	Evaluación Análisis de la Información cuantitativa			

**Optativa 1M1** : Análisis Multidisciplinar en el comportamiento del consumidor o La oferta de valor : Innovación y nuevos productos

**Optativa 1M2** : Social Media Marketing o Nuevas tendencias de Marketing

## Enero 2025

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-11:30h	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b> Relaciones públicas	<b>9</b> Comunicación Comercial	<b>10</b> Competencias para la toma de decisiones
11 :30-14h			Competencias para el ejercicio profesional	Dirección de Canales	Optativa 2 M2
9:00-11:30h	<b>13</b> Optativa 2 M2	<b>14</b> Dirección de Canales	<b>15</b> Relaciones públicas	<b>16</b> Comunicación Comercial	<b>17</b> Competencias para la toma de decisiones
11 :30-14h	El plan de marketing en la práctica	Comunicación Comercial	Competencias para el ejercicio profesional	Dirección de Canales	Optativa 2 M2
9:00-11:30h	<b>20</b> Optativa 2 M2	<b>21</b> Dirección de Canales	<b>22</b> Relaciones públicas	<b>23</b> Comunicación Comercial	<b>24</b> Competencias para la toma de decisiones
11 :30-14h	El plan de marketing en la práctica	Comunicación Comercial	Competencias para el ejercicio profesional	Dirección de Canales	Optativa 2 M2
9:00-11:30h	<b>27</b> FESTIVO	<b>28</b> Dirección de Canales	<b>29</b> Relaciones públicas	<b>30</b> Comunicación Comercial	<b>31</b> Competencias para la toma de decisiones
11 :30-14h		Comunicación Comercial	Competencias para el ejercicio profesional	Dirección de Canales	Optativa 2 M2

Optativa 2M2 : Analítica Digita o Global Marketing

## FEBRERO 2025

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-11:30h	3 <i>Optativa 2 M2</i>	4 Dirección de Canales	5 Relaciones públicas	6 Comunicación Comercial	7 Competencias para la toma de decisiones
11 :30-14h	El plan de marketing en la práctica	Comunicación Comercial	Competencias para el ejercicio profesional	Dirección de Canales	3 <i>Optativa 2 M2</i>
9:00-11:30h	10 3 <i>Optativa 2 M2</i>	11 Dirección de Canales	12 Relaciones públicas	13 Comunicación Comercial	14 Competencias para la toma de decisiones
11 :30-14h	El plan de marketing en la práctica	Comunicación Comercial	<i>Optativa 2M3</i>	Dirección de Canales	3 <i>Optativa 2 M2</i>
9:00-11:30h	17 3 <i>Optativa 2 M2</i>	18 Dirección de Canales	19 <i>Optativa 1M3</i>	20 <i>Optativa 2M3</i>	21 Competencias para la toma de decisiones
11 :30-14h	El plan de marketing en la práctica	Comunicación Comercial	<i>Optativa 2M3</i>	<i>Optativa 1M3</i>	3 <i>Optativa 2 M2</i>
9:00-11:30h	17 Competencias para la toma de decisiones	25 El plan de marketing en la práctica	26 <i>Optativa 1M3</i>	27 <i>Optativa 2M3</i>	28 Competencias para la toma de decisiones
11 :30-14h	El plan de marketing en la práctica	El plan de marketing en la práctica	<i>Optativa 2M3</i>	<i>Optativa 1M3</i>	Competencias para la realización de proyectos

*Optativa 2M2* : Analítica Digital o Global Marketing

*Optativa 1M3* : Prácticas o Dirección de personas

*Optativa 2M3* : Prácticas o Previsión de ventas

## Marzo 2025

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-11:30h	3	4	5	6	7
	Competencias para la toma de decisiones	El plan de marketing en la práctica	Optativa 1M3	Optativa 2M3	Competencias para la toma de decisiones
11 :30-14h	El plan de marketing en la práctica	El plan de marketing en la práctica	Optativa 2M3	Optativa 1M3	Competencias para la realización de proyectos
9:00-11:30h	10	11	12	13	14
	Competencias para la toma de decisiones	Evaluación de Canales de Distribución	Optativa 1M3	Optativa 2M3	Competencias para la realización de proyectos
11 :30-14h	El plan de marketing en la práctica	Evaluación de Comunicación Comercial	Optativa 2M3	Optativa 1M3	Competencias para la realización de proyectos
9:00-11:30h	17	18	19	20	21
	DISPOSICIÓN MÁSTER	Evaluación del Plan de Marketing en la práctica	FESTIVO	Optativa 2M3	Competencias para la realización de proyectos
11 :30-14h	DISPOSICIÓN MÁSTER	Evaluación de RRPP		Optativa 1M3	Competencias para la realización de proyectos

*Optativa 1M3 : Prácticas o Dirección de personas*

*Optativa 2M3 : Prácticas o Previsión de ventas*

## ABRIL 2025

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-11:30h 11 :30-14h		1 DISPOSICIÓN MÁSTER	2 DISPOSICIÓN MÁSTER	3 Optativa 1M3 Optativa 2M3	4 Optativa 2M3 Optativa 1M3
9:00-11:30h 11 :30-14h	7 DISPOSICIÓN MÁSTER	8 DISPOSICIÓN MÁSTER	9 DISPOSICIÓN MÁSTER	10 DISPOSICIÓN MÁSTER	11 SS
14	14	15	16	17	18
		22	23	24	25
28	28	29	30		

*Optativa 1M3 : Prácticas o Dirección de personas*

*Optativa 2M3 : Prácticas o Previsión de ventas*

*PRESENTACIONES DEL TFM (Convocatoria Ordinaria): 26 al 20 de Mayo*