

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	16 Comienzo clases Presentación curso	17 Dirección estratégica de Marketing	18 El consumidor y el marketing en la era digital	19 Introducción a la investigación en Marketing	20 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	23 Dirección de producto y marca	24 Dirección estratégica de Marketing	25 El consumidor y el marketing en la era digital	26 Introducción a la investigación en Marketing	27 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		1 Dirección estratégica de Marketing	2 El consumidor y el marketing en la era digital	3 Introducción a la investigación en Marketing	4 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	7 Dirección de producto y marca	8 Dirección estratégica de Marketing	9 El consumidor y el marketing en la era digital	10 Introducción a la investigación en Marketing	11 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	14 Dirección de producto y marca	15 Dirección estratégica de Marketing	16 El consumidor y el marketing en la era digital	17 Introducción a la investigación en Marketing	18 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	21 Dirección de producto y marca	22 Dirección estratégica de Marketing	16 El consumidor y el marketing en la era digital	24 Introducción a la investigación en Marketing	25 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	28 Dirección de producto y marca	29 Evaluación Mk estratégico	30 Evaluación El consumidor y el marketing en la era digital	31 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	4 Optativa 1M2	5 Dirección de precios	6 Marketing Digital	7 Análisis de la información cuantitativa	8 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	11 Optativa 1M2	12 Dirección de precios	13 Marketing Digital	14 Análisis de la información cuantitativa	15 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	18 Optativa 1M2	19 Dirección de precios	20 Marketing Digital	21 Análisis de la información cuantitativa	22 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	25 Optativa 1M2	26 Dirección de precios	27 Marketing Digital	28 Análisis de la información cuantitativa	29 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	2 Optativa 1M1	3 Dirección de precios	4 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	9 Optativa 1M1	10 Dirección de precios	11 Marketing Digital	12 Análisis de la información cuantitativa	13 Optativa 1M1
11 :30-14h	Marketing Digital	Análisis de la información cuantitativa	Competencias para el ejercicio profesional	Dirección de precios	
9:00-11:30h	16 Evaluación Optativa 1M1	17 Evaluación Dirección de precios	18 DISPOSICIÓN MÁSTER	19 DISPOSICIÓN MÁSTER	20
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	6	7	8 Relaciones públicas	9 Comunicación Comercial	10 Competencias para la toma de decisiones
11 :30-14h			Competencias para el ejercicio profesional	Dirección de Canales	Optativa 2 M2
9:00-11:30h	13 Optativa 2 M2	14 Dirección de Canales	15 Relaciones públicas	16 Comunicación Comercial	17 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	20 Optativa 2 M2	21 Dirección de Canales	22 Relaciones públicas	23 Comunicación Comercial	24 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	27 FESTIVO	28 Dirección de Canales	29 Relaciones públicas	30 Comunicación Comercial	31 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