

- Inicio
- Menú Docencia
- Máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor

Máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor

Oficina Web UGR

Información general

El fin último del Máster consiste en ofrecer una oferta de calidad para la formación de investigadores y profesionales en el ámbito del marketing y el comportamiento del consumidor. Con este curso de posgrado se persigue:

1. Fomentar el desarrollo de competencias y conocimientos en temas relacionados con el comportamiento dirigido a consumir intercambios.
2. Capacitar a profesionales para las áreas de dirección, gestión e investigación en el ámbito del consumo, el comportamiento del consumidor y el marketing.
3. Formar a doctores e investigadores para que refuercen científicamente los grupos de investigación de los diferentes departamentos, centros y universidades que participan, así como de las instituciones privadas o públicas implicadas en estas áreas de trabajo.

Información académica

El plan de estudios del Máster en Marketing y Comportamiento del Consumidor consta de 60 créditos a impartir en un único curso académico, distribuidos por tipo de materia según se muestra en la siguiente tabla:

TIPO DE MATERIA	
Materias obligatorias	16 ECTS
Materias optativas	20 ECTS
Prácticas y actividades complementarias	12 ECTS
Trabajo fin de máster	12 ECTS
Créditos totales	60 ECTS

Los estudios del Máster se estructuran en cinco módulos, con la siguiente oferta de créditos:

- Módulo I: Herramientas de Análisis e Investigación en Comportamiento del Consumidor (10 ECTS)
- Módulo II: Temas Avanzados en Marketing y Comportamiento del Consumidor (33 ECTS)
- Módulo III: Competencias para la Preparación del Trabajo Fin de Máster (12 ECTS)
- Módulo IV: Trabajo Fin de Máster (12 ECTS).
- Módulo V: Prácticas y Actividades Complementarias (12 ECTS).

TODOS LOS ALUMNOS DEBEN CURSAR 30 CRÉDITOS ENTRE LOS MÓDULOS I Y II, 6 CRÉDITOS EN EL MÓDULO III, 12 CRÉDITOS DEL MÓDULO IV Y 12 CRÉDITOS DEL MÓDULO V.

Plan de estudios

Asignaturas

MÓDULO 1: HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN EN COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR					
Materia	Nº cred.	Tipo	Secuencia	Caract.	Desarrollo
Metodología de Investigación en Marketing y Comportamiento del Consumidor	6	Obligatoria	Sem 1	TP	P
Investigación de Mercados, Variables psicosociales y comportamiento de compra*	4	Optativa	SEM 1	TP	P

MÓDULO 2: TEMAS AVANZADOS EN MARKETING Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR					
Materia	Nº Créd.	Tipo	Secuencia	Caract.	Desarrollo
Investigaciones sobre consumo: Perspectiva ética y de responsabilidad social	4	Optativa	SEM 1	TP	P
Desarrollo y patrones de consumo: análisis del caso español	3	Optativa	SEM 1	TP	P
Investigaciones sobre consumo: perspectiva jurídica	3	Optativa	SEM 1	TP	P
Investigaciones sobre marketing relacional y orientación al mercado en el comportamiento del consumidor*	4	Obligatoria	SEM 1	TP	P
Comportamiento del consumidor y comercio minorista	4	Optativa	SEM 1	TP	P
Estrategia empresarial y comportamiento del consumidor	3	Optativa	SEM 1	TP	P/NP
Comportamiento del Consumidor e innovación tecnológica	4	Optativa	SEM 1	TP	P
Modelos de comunicación y comportamiento del consumidor	4	Optativa	SEM 1	TP	P
Comercio electrónico	4	Optativa	SEM 1	TP	P
Temas Avanzados en Comportamiento del Consumidor	4	Optativa	SEM 1	TP	P

MÓDULO 3: COMPETENCIAS PARA LA PREPARACIÓN DEL TRABAJO FIN DE MÁSTER					
Materia	Nº Créd.	Tipo	Secuencia	Caract.	Desarrollo
Prácticas de análisis multivariante	4	Optativa	SEM 1	TP	P
Prácticas de análisis cualitativo	2	Optativa	SEM 1	TP	P
Trabajo en equipo y gestión de conflictos	1	Optativa	SEM 1	TP	P
¿Cómo hablar en público?	1	Optativa	SEM 1	TP	P
Gestión de bases de datos bibliográficas	1	Optativa	SEM 1	TP	P
Planificación de medios y soportes	2	Optativa	SEM 1	TP	P
Simulación de Marketing con Markstrat	3	Optativa	SEM 1	TP	P

MÓDULO 4: TRABAJO FIN DE MÁSTER					
Materia	Nº Créd.	Tipo	Secuencia	Caract.	Desarrollo
TRABAJO FIN DE MÁSTER	12	Obligatoria	SEM 2	TP	P/NP

MÓDULO 5: PRÁCTICAS Y ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS					
Materia	Nº Créd.	Tipo	Secuencia	Caract.	Desarrollo
PRÁCTICAS Y ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	12	Obligatorio	SEM 2	TP	P/NP

- (a) T (teórico), P (Práctico), TP (teórico-práctico)
- (b) P (Presencial), NP (No presencial)
- (*) Cursos que se imparten en la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad de Jaén
- (***) Curso que se imparte en horario de mañana.

Trabajo Fin de Máster

El Trabajo Fin de Máster es de carácter obligatorio e integrador. Su objetivo es desarrollar y defender un trabajo de investigación en el que el estudiante ponga de manifiesto todos los conocimientos adquiridos durante la realización del Máster. El tutor desarrollará un trabajo personalizado con el estudiante para la orientación y seguimiento del trabajo a desarrollar. El alumno, supervisado mediante sesiones periódicas y personalizadas por su tutor, desarrollará la redacción de un trabajo fin de Máster que habrá de ser evaluado por una Comisión de profesores del Máster.

Prácticas y Actividades Complementarias

El alumno desarrollará actividades formativas y prácticas orientadas a mejorar el conocimiento sobre la aplicación y profundización en los conocimientos adquiridos a través de la utilización de programas específicos para la captación y el análisis de la información obtenida a través de encuestas u otras metodologías empleadas. En él, el alumno debe superar un total de 12 créditos de entre las siguientes opciones:

- Prácticas en empresas (no garantizadas).
- Cursos complementarios (preferentemente de este programa de posgrado).
- Seminario de Prácticas de Análisis Multivariante.
- Cualificación en idioma inglés para uso académico y profesional.

Actualmente, el Vicedecanato de Asuntos Económicos y Relaciones con la Empresa, la Oficina de Prácticas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y el Centro de Promoción de Empleo y Prácticas del Rectorado de la Universidad, son los encargados de gestionar las prácticas externas para los estudiantes de la Facultad. En este punto, es necesario reconocer que el Vicedecanato de Asuntos Económicos y Relaciones con la Empresa de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales ha iniciado conversaciones con las diferentes instituciones y empresas para poder estar en condiciones de ofrecer a los alumnos de posgrado unas prácticas cada vez más especializadas. Todo ello dentro del convenio que la Universidad de Granada tiene establecido para la realización de prácticas curriculares y cuyo contenido se puede consultar en la web de la Universidad de Granada: <http://empleo.ugr.es>.

Profesorado

Universidad de Granada

- Barrio García, Salvador Del
- Buela Casal, Gualberto
- Castañeda García, José Alberto
- Frías Jamilena, Dolores María
- González Moreno, Miguel
- Ibáñez Zapata, José Ángel
- Luque Martínez, Teodoro
- Montoro Ríos, Francisco Javier
- Muñoz Leiva, Francisco
- Orozco Pardo, Guillermo
- Rey Pino, Juan Miguel

- Rodríguez Molina, Miguel Ángel
- Sánchez Fernández, Juan

Universidad de Jaén

- López Zafra, Esther
- Parras Rosa, Manuel
- Torres Ruiz, Francisco José

Profesores invitados

- Bagozzi, Richard P. (University of Michigan, USA)
- Cruz Roche, Ignacio (Universidad Autónoma de Madrid)
- Golden, Linda (University of Texas at Austin, USA)
- Kamakura, Wagner A. (Duke University, USA)
- Martín Armario, Enrique (Universidad de Sevilla)
- Okazaki, Shintaro (Universidad Autónoma de Madrid)
- Sánchez Pérez, Manuel (Universidad de Almería)
- Vázquez Casielles, Rodolfo (Universidad de Oviedo)

Para mayor información sobre el máster acuda al siguiente enlace

|| [Accesibilidad](#) | [Política de privacidad](#)

CEI BIOTIC | © 2025 | Universidad de Granada

Oficina Web UGR