

Comienzo de clase el 8 de Septiembre. **Aula de la clase (Aula 104 del Módulo 15)**. Facultad de C. Económicas y Empresariales (UAM)

Septiembre 2025

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9 :00-11:30h	8 Comienzo clases Presentación curso	9 Dirección estratégica de Marketing	10 El consumidor y el marketing en la era digital	11 Introducción a la investigación en Marketing	12 Optativa M1
11 :30-14h		Introducción a la investigación en Marketing	Dirección de producto y marca	Dirección estratégica de Marketing	Marketing Digital
9 :00-11:30h	15 Dirección de producto y marca	16 Dirección estratégica de Marketing	17 El consumidor y el marketing en la era digital	18 Introducción a la investigación en Marketing	19 Optativa M1
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	Marketing Digital
9 :00-11:30h	22 Dirección de producto y marca	23 Dirección estratégica de Marketing	24 El consumidor y el marketing en la era digital	25 Introducción a la investigación en Marketing	26 Optativa M1
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	Marketing Digital
9 :00-11:30h	29 Dirección de producto y marca	30 Dirección estratégica de Marketing			
11 :30-14h	El consumidor y el marketing en la era digital	Introducción a la investigación en Marketing			

Optativa M1: La oferta de valor : Innovación y nuevos productos (A) O Análisis Multidisciplinar en el comportamiento del consumidor (B)

octubre 2025

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-11:30h			1 El consumidor y el marketing en la era digital	2 Introducción a la investigación en Marketing	3 Optativa M1
11:30-14h			Dirección de producto y marca	Dirección estratégica de Marketing	Marketing Digital
9:00-11:30h	6 Dirección de producto y marca	7 Dirección estratégica de Marketing	8 El consumidor y el marketing en la era digital	9 Introducción a la investigación en Marketing	10 Optativa M1
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	Marketing Digital
9:00-11:30h	13 Dirección de producto y marca	14 Dirección estratégica de Marketing	15 El consumidor y el marketing en la era digital	16 Introducción a la investigación en Marketing	17 Optativa M1
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	Marketing Digital
14h-15h				Evaluación Mk estratégico	Evaluación investigación en marketing
9:00-11:30h	20 Dirección de producto y marca	21 Competencias para la toma de Decisiones	22 TUTORÍAS TFM	23 Competencias para el ejercicio profesional	25 Optativa M1
11:30-14h	El consumidor y el marketing en la era digital	Competencias para la toma de Decisiones	Análisis de la información cuantitativa	Competencias para la toma de Decisiones	Marketing Digital
14h-15h	Evaluación El consumidor y el marketing en la era digital		Evaluación dirección de producto y marca		
9:00-11:30h	27 Optativa M1	28 Dirección de precios	29 Optativa M2	30 Competencias para el ejercicio profesional	31 Optativa M1
11:30-14h	Dirección de precios	Análisis de la información cuantitativa	Análisis de la información cuantitativa	Competencias para la toma de Decisiones	Marketing Digital

16h- 18.30 h		Competencias para la toma de Decisiones			
--------------	--	---	--	--	--

Optativa M1: La oferta de valor : Innovación y nuevos productos (A) O Análisis Multidisciplinar en el comportamiento del consumidor (B)

Optativa M2: Social Media Marketing (A) o Nuevas tendencias de Marketing (B)

Noviembre 2025

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-11:30h	3 Optativa M1	4 Dirección de precios	5 Optativa M2	6 Competencias para el ejercicio profesional	7 Optativa M1
11 :30-14h	Dirección de precios	Análisis de la información cuantitativa	Análisis de la información cuantitativa	Competencias para la toma de Decisiones	Marketing Digital
14h-15 h					Evaluación de Mk digital
16h- 18.30 h		Competencias para la toma de Decisiones			
9:00-11:30h	10 Optativa M1	11 Dirección de precios	12 Optativa M2	13 Competencias para el ejercicio profesional	14 Optativa M2
11 :30-14h	Dirección de precios	Análisis de la información cuantitativa	Análisis de la información cuantitativa	Competencias para la toma de Decisiones	Marketing digital
16h- 18.30 h					
9:00-11:30h	17 Competencias para la realización de proyectos	18 Dirección de precios	19 Optativa M2	20 Competencias para el ejercicio profesional	21 Optativa M2
11 :30-14h	Dirección de precios	Análisis de la información cuantitativa	Análisis de la información cuantitativa	Competencias para la toma de Decisiones	Marketing digital
16h- 18.30 h		Competencias para la toma de Decisiones			

9:00-11:30h	24 Competencias para la realización de proyectos	25 Dirección de precios	26 Optativa M2	27 Competencias para el ejercicio profesional	28 Optativa M2
11 :30-14h	Dirección de precios	Análisis de la información cuantitativa	Análisis de la información cuantitativa	Competencias para la toma de Decisiones	Marketing digital
16h- 18.30 h					

Optativa M1: La oferta de valor : Innovación y nuevos productos (A) O Análisis Multidisciplinar en el comportamiento del consumidor (B)

Optativa M2: Social Media Marketing (A) o Nuevas tendencias de Marketing (B)

Diciembre 2025

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-11:30h	1 Competencias para la realización de proyectos	2 Dirección de precios	3 Optativa M2	4 Competencias para el ejercicio profesional	5 Optativa M2
11 :30-14h	Dirección de precios	Análisis de la información cuantitativa	Análisis de la información cuantitativa	Competencias para la toma de Decisiones	Competencias para el ejercicio profesional
14-13h	Evaluación Marketing Digital	Evaluación dirección de precios	Evaluación información cuantitativa		
9:00-11:30h	8	9 A disposición del máster	10 Optativa M2	11 Competencias para el ejercicio profesional	12 Optativa M2
11 :30-14h	FESTIVO	A disposición del máster	Competencias para la realización de proyectos	Competencias para la toma de Decisiones	Competencias para el ejercicio profesional

9:00-11:30h	15 A disposición del máster	16 A disposición del máster	17 Competencias para el ejercicio profesional	18	19
11 :30-14h	Competencias para el ejercicio profesional	A disposición del máster	A disposición del máster		

Optativa M1: La oferta de valor : Innovación y nuevos productos (A) O Análisis Multidisciplinar en el comportamiento del consumidor (B)

Optativa M2: Social Media Marketing (A) o Nuevas tendencias de Marketing (B)

Enero 2026

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-11:30h		6	7	8 Dirección de Canales	9 Optativa M3C
11 :30-14h				Comunicación Comercial	Optativa M3A
16h- 18.30 h				Optativa M3B	
9:00-11:30h	12 Optativa M3C	13 Comunicación Comercial	14 Relaciones públicas	15 Dirección de Canales	16 Optativa M3C
11 :30-14h	El plan de marketing en la práctica	Dirección de Canales	El plan de marketing en la práctica	Comunicación Comercial	Optativa M3A

16h- 18.30 h			Optativa M3B	Optativa M3B	
9:00-11:30h	19 Optativa M3C	20 Comunicación Comercial	21 Relaciones públicas	22 Dirección de Canales	23 Optativa M3C
11 :30-14h	El plan de marketing en la práctica	Dirección de Canales	El plan de marketing en la práctica	Comunicación Comercial	Optativa M3A
16h- 18.30 h			Optativa M3B	Optativa M3B	
9:00-11:30h	26 TUTORÍAS TFM	27 FESTIVO	28 Relaciones públicas	29 Dirección de Canales	30 Optativa M3C
11 :30-14h	El plan de marketing en la práctica		El plan de marketing en la práctica	Comunicación Comercial	Optativa M3A
16h- 18.30 h			Optativa M3B	Optativa M3B	

Optativa M3C: Analítica Digital

Optativa M3A Global marketing

Optativa M3B Dirección de personas

FEBRERO 2026

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-11:30h	2 Optativa M3C	3 Comunicación Comercial	4 Relaciones públicas	5 Dirección de Canales	6 Optativa M3C
11 :30-14h	El plan de marketing en la práctica	Dirección de Canales	El plan de marketing en la práctica	Comunicación Comercial	Optativa M3A
16h- 18.30 h			Optativa M3B	Optativa M3B	
9:00-11:30h	9 Optativa M3C	10 Comunicación Comercial	11 Relaciones públicas	12 Dirección de Canales	13 Optativa M3C
11 :30-14h	El plan de marketing en la práctica	Dirección de Canales	El plan de marketing en la práctica	Comunicación Comercial	Optativa M3A
14h-15h					
16h- 18.30 h			Optativa M3B	Optativa M3B	
9:00-11:30h	16 Optativa M3C	17 Comunicación Comercial	18 Relaciones públicas	19 Dirección de Canales	20 Optativa M3C
11 :30-14h	El plan de marketing en la práctica	Dirección de Canales	El plan de marketing en la práctica	Comunicación Comercial	Optativa M3A
14h-15h	Evaluación el plan de marketing en la práctica		Evaluación relaciones públicas	Evaluación Comunicación comercial	Evaluación Canales
16h- 18.30 h			Optativa M3B		Competencias para la realización de proyectos

9:00-11:30h	23	24	25 Optativa M3A	26	27 Optativa M3C
11 :30-14h			TUTORÍAS TFM		Optativa M3A
16h- 18.30 h					Competencias para la realización de proyectos

Optativa M3C: Analítica Digital

Optativa M3A global marketing

Optativa M3B Dirección de personas

Marzo 2026

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-11:30h	2	3	4 Optativa M3A	5	6 Optativa M3A
11 :30-14h					Optativa M3A
16h- 18.30 h					Competencias para la realización de proyectos

PRESENTACIONES DEL TFM (Convocatoria Ordinaria): 25 al 30 de Mayo

Cierre de actas de prácticas externas y TFG convocatoria ordinaria:

Convocatoria extraordinaria:

Cierre de actas convocatoria extraordinaria

Cierre de actas convocatoria extraordinaria de prácticas externas y TFM

JUNIO 2026

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00-11:00h	8 Ev. Extraordinaria Dirección estratégica de Mk	17 Ev. Extraordinaria Dirección de producto y marca	18 Ev. Extraordinaria Dirección de precios	19 Ev. Extraordinaria Marketing digital	20 Ev. Extraordinaria Dirección de Canales
11 :00-13:00h	Evaluación extraordinaria Op M1	Ev. Extraordinaria el consumidor y el marketing en la era digital	Evaluación extraordinaria Op M2	Ev. Extraordinaria Análisis de la información cuantitativa	Evaluación extraordinaria Op M3C
13 :00-15 :00h					
9:00-11:00h	15 Ev. Extraordinaria Comunicación Comercial	Ev. Extraordinaria El plan de Marketing	Ev. Extraordinaria Relaciones públicas	Ev. Extraordinaria Competencias para la realización de proyectos	Ev. Extraordinaria Introducción a la investigación de Mk
11 :00-13:00h	Evaluación extraordinaria Op M3A	AA Evaluación extraordinaria Op M3B			