

Máster Universitario en Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de Comunicación

Octubre 2014

UNIVERSIDAD DE
MURCIA



LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
		1	2	3
6	7	8	9	10
13	14	15	16	17
Sociedad de consumo: Estudios de tendencias PEDRO HELLÍN	Sociedad de consumo: Estudios de tendencias PEDRO HELLÍN	Sociedad de consumo: Estudios de tendencias PEDRO HELLÍN	Sociedad de consumo: Estudios de tendencias PEDRO HELLÍN	Sociedad de consumo: Estudios de tendencias PEDRO HELLÍN
20	21	22	23	24
Sociedad de consumo: Estudios de tendencias PEDRO HELLÍN	Sociedad de consumo: Estudios de tendencias PEDRO HELLÍN	Sociedad de consumo: Estudios de tendencias PEDRO HELLÍN	Sociedad de consumo: Estudios de tendencias PEDRO HELLÍN	Sociedad de consumo: Estudios de tendencias PEDRO HELLÍN
27	28	29	30	31
Sociedad de consumo: Marcas, consumo y cultura posmoderna CÉSAR SAN NICOLÁS	Sociedad de consumo: Marcas, consumo y cultura posmoderna CÉSAR SAN NICOLÁS	Sociedad de consumo: Marcas, consumo y cultura posmoderna CÉSAR SAN NICOLÁS	Sociedad de consumo: Marcas, consumo y cultura posmoderna CÉSAR SAN NICOLÁS	Sociedad de consumo: Marcas, consumo y cultura posmoderna CÉSAR SAN NICOLÁS
		NOTAS:		
		La distribución de asignaturas y seminarios puede sufrir alguna leve modificación en función de la disponibilidad del profesorado externo.		

Máster Universitario en Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de Comunicación

Noviembre 2014

UNIVERSIDAD DE
MURCIA



LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
3	4	5	6	7
Sociedad de consumo: Marcas, consumo y cultura posmoderna CÉSAR SAN NICOLÁS	Sociedad de consumo: Marcas, consumo y cultura posmoderna CÉSAR SAN NICOLÁS	Sociedad de consumo: Marcas, consumo y cultura posmoderna CÉSAR SAN NICOLÁS	Sociedad de consumo: Marcas, consumo y cultura posmoderna CÉSAR SAN NICOLÁS	Sociedad de consumo: Marcas, consumo y cultura posmoderna CÉSAR SAN NICOLÁS
10	11	12	13	14
Sociedad de consumo: Culturas urbanas visuales ROBERT CRAIG	Sociedad de consumo: Culturas urbanas visuales FERNANDO PAULINHO	Sociedad de consumo: Culturas urbanas visuales FERNANDO PAULINHO	Sociedad de consumo: Seminario ampliación RICARDO CAMPOS	Sociedad de consumo: Seminario ampliación RICARDO CAMPOS
17	18	19	20	21
Sociedad de consumo: Cultura digital Cibercultura FDO. CONTRERAS	Sociedad de consumo: Cultura digital Cibercultura FDO. CONTRERAS	Sociedad de consumo: Cultura digital Cibercultura FDO. CONTRERAS	Sociedad de consumo: Cultura digital Cibercultura FDO. CONTRERAS	Sociedad de consumo: Cultura digital Cibercultura FDO. CONTRERAS
24	25	26	27	28
Sociedad de consumo: Cultura digital Cibercultura LEONARDA G ^a -JIMÉNEZ	Sociedad de consumo: Cultura digital Cibercultura LEONARDA G ^a -JIMÉNEZ	Sociedad de consumo: Cultura digital Cibercultura LEONARDA G ^a -JIMÉNEZ	Sociedad de consumo: Seminario ampliación ENEUS TRINDADE	Sociedad de consumo: Seminario ampliación ENEUS TRINDADE
		NOTAS:		
		La distribución de asignaturas y seminarios puede sufrir alguna leve modificación en función de la disponibilidad del profesorado externo.		

Máster Universitario en Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de Comunicación

Diciembre 2014

UNIVERSIDAD DE
MURCIA



LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
1	2	3	4	5
Sociedad de consumo: Cultura digital Cibercultura LEONARDA G ^a -JIMÉNEZ	Sociedad de consumo: Cultura digital Cibercultura LEONARDA G ^a -JIMÉNEZ	Sociedad de consumo: Cultura digital Cibercultura LEONARDA G ^a -JIMÉNEZ		Examen evaluación SOCIEDAD DE CONSUMO
8	9	10	11	12
	Técnicas de investigación: Seminario ampliación CLOTILDE PÉREZ	Técnicas de investigación: Seminario ampliación CLOTILDE PÉREZ	Técnicas de investigación: Bases documentales LUÍS MIGUEL MORENO	Técnicas de investigación: Bases documentales LUÍS MIGUEL MORENO
15	16	17	18	19
Técnicas de investigación: Bases documentales LUÍS MIGUEL MORENO	Técnicas de investigación: Bases documentales LUÍS MIGUEL MORENO	Técnicas de investigación: Bases documentales LUÍS MIGUEL MORENO	Técnicas de investigación: Seminario ampliación ANTONIO CASTILLO	Técnicas de investigación: Seminario ampliación ANTONIO CASTILLO
22	23	24	25	26
29	30	31		
		NOTAS:		
		La distribución de asignaturas y seminarios puede sufrir alguna leve modificación en función de la disponibilidad del profesorado externo.		

Máster Universitario en Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de Comunicación.

Enero 2015

UNIVERSIDAD DE
MURCIA



LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
			1	2
5	6	7	8	9
		Técnicas de investigación: Inglés científico PIEDAD FERNÁNDEZ	Técnicas de investigación: Inglés científico PIEDAD FERNÁNDEZ	Técnicas de investigación: Inglés científico PIEDAD FERNÁNDEZ
12	13	14	15	16
Técnicas de investigación: Inglés científico PIEDAD FERNÁNDEZ	Técnicas de investigación: Inglés científico PIEDAD FERNÁNDEZ	Técnicas de investigación: Inglés científico PIEDAD FERNÁNDEZ	Técnicas de investigación: Inglés científico PIEDAD FERNÁNDEZ	Técnicas de investigación: Inglés científico PIEDAD FERNÁNDEZ
19	20	21	22	23
Técnicas de investigación: Inglés científico PIEDAD FERNÁNDEZ	Técnicas de investigación: Inglés científico PIEDAD FERNÁNDEZ	Técnicas de investigación: Metodologías cualitativas/ Antropología visual. JUAN BENAVIDES	Técnicas de investigación: Metodologías cualitativas/ Antropología visual. JUAN BENAVIDES	Técnicas de investigación: Metodologías cualitativas/ Antropología visual. JUAN BENAVIDES
26	27	28	29	30
Técnicas de investigación: Metodologías cualitativas/ Antropología visual.	Técnicas de investigación: Metodologías cualitativas/ Antropología visual.	Técnicas de investigación: Metodologías cualitativas/ Antropología visual.	Técnicas de investigación: Metodologías cualitativas/ Antropología visual.	.
		NOTAS:		
		La distribución de asignaturas y seminarios puede sufrir alguna leve modificación en función de la disponibilidad del profesorado externo.		

Máster Universitario en Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de Comunicación

Febrero 2015

UNIVERSIDAD DE
MURCIA



LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
2	3	4	5	6
Técnicas de investigación: Metodología cuantitativa JUAN ANTONIO GAITÁN	Técnicas de investigación: Metodología cuantitativa JUAN ANTONIO GAITÁN	Técnicas de investigación: Metodología cuantitativa JUAN ANTONIO GAITÁN	Técnicas de investigación: Seminario ampliación	Técnicas de investigación: Seminario ampliación
9	10	11	12	13
Medios y tendencias: Seminario EMMANUEIL CHARIETAKIS	Medios y tendencias: Seminario EMMANUEIL CHARIETAKIS	Medios y tendencias: Seminario EMMANUEIL CHARIETAKIS		Examen Evaluación TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN
16	17	18	19	20
Medios y tendencias: Inv. Público Obj. – Cons. SALVADOR RUÍZ	Medios y tendencias: Inv. Público Obj. – Cons. SALVADOR RUÍZ	Medios y tendencias: Inv. Público Obj. – Cons. SALVADOR RUÍZ	Medios y tendencias: Inv. Público Obj. – Cons. SALVADOR RUÍZ	Medios y tendencias: Inv. Público Obj. – Cons. SALVADOR RUÍZ
23	24	25	26	27
Medios y tendencias: Inv. Público Obj. – Cons. SALVADOR RUÍZ	Medios y tendencias: Inv. Público Obj. – Cons. SALVADOR RUÍZ	Medios y tendencias: Inv. Público Obj. – Cons. SALVADOR RUÍZ	Medios y tendencias: Inv. Público Obj. – Cons. SALVADOR RUÍZ	Medios y tendencias: Inv. Público Obj. – Cons. SALVADOR RUÍZ
		NOTAS:		
		La distribución de asignaturas y seminarios puede sufrir alguna leve modificación en función de la disponibilidad del profesorado externo.		

Máster Universitario en Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de Comunicación.

Marzo 2015

UNIVERSIDAD DE
MURCIA



LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
2	3	4	5	6
Medios y tendencias: Grupos de comunicación, producción de contenidos (...) MARTA ROEL	Medios y tendencias: Grupos de comunicación, producción de contenidos (...) MARTA ROEL	Medios y tendencias: Grupos de comunicación, producción de contenidos (...) MARTA ROEL	Medios y tendencias: Grupos de comunicación, producción de contenidos (...) MARTA ROEL	Medios y tendencias: Seminario ampliación
9	10	11	12	13
Tecnología Móvil: Nuevas formas de comercio: crowdsourcing y groundswell PEDRO ANT. ROJO	Tecnología Móvil: Nuevas formas de comercio: crowdsourcing y groundswell PEDRO ANT. ROJO	Tecnología Móvil: Nuevas formas de comercio: crowdsourcing y groundswell PEDRO ANT. ROJO	Tecnología Móvil: Nuevas formas de comercio: crowdsourcing y groundswell PEDRO ANT. ROJO	Examen evaluación MEDIOS Y TENDENCIAS
16	17	18	19	20
Tecnología Móvil: Explorando el arte digital. VIRGINIA VILLAPLANA/JACQUES IBANEZ-BUENO	Tecnología Móvil: Explorando el arte digital. VIRGINIA VILLAPLANA/JACQUES IBANEZ-BUENO /	Tecnología Móvil: Explorando el arte digital. VIRGINIA VILLAPLANA/JACQUES IBANEZ-BUENO /		Tecnología Móvil: Seminario ampliación
23	24	25	26	27
Tecnología Móvil: Explorando el arte digital. VIRGINIA VILLAPLANA/JACQUES IBANEZ-BUENO	Tecnología Móvil: Explorando el arte digital. VIRGINIA VILLAPLANA/JACQUES IBANEZ-BUENO	Tecnología Móvil: Explorando el arte digital. VIRGINIA VILLAPLANA/JACQUES IBANEZ-BUENO	Tecnología Móvil: Seminario ampliación	Tecnología Móvil: Seminario ampliación
30	31			
		NOTAS:		
		La distribución de asignaturas y seminarios puede sufrir alguna leve modificación en función de la disponibilidad del profesorado externo.		

Máster Universitario en Análisis de Tendencias Sociales, de Consumo y Estrategias de Comunicación

Abril 2015

UNIVERSIDAD DE
MURCIA



LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
		1	2	3
6	7	8	9	10
13	14	15	16	17
Tecnología Móvil: Explorando el arte digital. VIRGINIA VILLAPLANA	Tecnología Móvil: Explorando el arte digital. VIRGINIA VILLAPLANA		Examen Evaluación TECNOLOGÍA MÓVIL	Asignación TRABAJOS FIN DE MÁSTER
20	21	22	23	24
27	28	29	30	
		NOTAS:		
		La distribución de asignaturas y seminarios puede sufrir alguna leve modificación en función de la disponibilidad del profesorado externo.		

La recuperación de las materias de los distintos módulos tendrá lugar entre los días 4 a 8 de mayo de 2015.

Entrega de Trabajos Fin de Máster: día 6 de julio de 2015

Recuperación Trabajos Fin de Máster: 17 de septiembre de 2015

Las asignaturas y seminarios se impartirán en horario de 16:00 a 20:00 horas.

Las clases se desarrollarán en el aula 1.4 (Facultad de Comunicación y Documentación), lunes, martes, miércoles y viernes.

Las clases correspondientes a los jueves tendrán lugar en el aula 00.8 (Aulario General)

Módulo 1: *Sociedad de Consumo, Valores Posmodernos y Cibercultura.* (12 ETCS)

Asignatura 1: Los estudios de tendencias en su contexto social (3 ETCS)

Asignatura 2: Marcas, consumo y cultura posmoderna (3 ETCS)

Asignatura 3: Culturas urbanas visuales (3 ETCS)

Asignatura 4: Cultura digital-cibercultura (3 ETCS)

Módulo 2: *Técnicas de investigación en Tendencias Sociales y de Consumo.* (12 ETCS)

Asignatura 1: Bases documentales para la investigación (3 ETCS)

Asignatura 2: inglés científico avanzado (3 ETCS)

Asignatura 3: Metodologías cualitativas de investigación/Antropología Visual. (3 ETCS)

Asignatura 4: Metodologías cuantitativas de investigación (3 ETCS)

Módulo 3: *Medios y Tendencias. El papel de las audiencias.* (6 ETCS)

Asignatura 1: Investigación del público-objetivo/consumidor.

Asignatura 2: Grupos de comunicación, producción de contenidos y lógicas de distribución.

Módulo 4: *La tecnología móvil como creadora, difusora y canalizadora de tendencias.* (6 ETCS)

Asignatura 1: Nuevas formas de comercio y relaciones corporativas en la red: crowdsourcing y groundswell

Asignatura 2: Explorando el arte digital.

***Seminarios de aplicación y/o ampliación* (12 ETCS)**