

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un reparto del trabajo de la asignatura a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	Temas	Actividades (6 puntos)
Semana 1	Tema 1. ¿Qué es marketing? 1.1. Presentación 1.2. ¿Qué es marketing? 1.3. Variables del mix 1.4. Utilidad 1.5. La influencia del entorno 1.6. Determinantes del marketing 1.7. Evolución del marketing 1.8. Marketing de servicios 1.9. Marketing industrial 1.10. Referencias bibliográficas	Asistencia a 4 sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,075 puntos cada una). Test tema 1 (0,1 puntos)
Semana 2	Tema 2. Marketing estratégico 2.1. Presentación 2.2. Marketing estratégico 2.3. Dirección estratégica 2.4. Análisis competitivo 2.5. Departamento de marketing como estrategia 2.6. Comportamiento del consumidor y motivaciones de compra 2.7. Componentes y etapas de la planificación estratégica	Test tema 2 (0,1 puntos)
Semana 3	Tema 3. Investigación de mercado 3.1. Presentación 3.2. La investigación de mercados 3.3 El planteamiento de la investigación 3.4. Recogida de información 3.5. Investigación en el lanzamiento de un producto 3.6. Otras fuentes de investigación del mercado 3.7. Investigación de mercado e Internet 3.8. Investigación y ética	Caso práctico. Metabical: Precio, empaque y pronóstico de la demanda de un nuevo medicamento para bajar peso (1,75 puntos) Foro: Caso práctico Metabical: precio, empaque y pronóstico de la demanda de un nuevo medicamento para bajar peso (0,75 puntos) Test tema 3 (0,1 puntos)
Semana 4	Tema 4. Productos y precios 4.1 Presentación 4.2. Producto 4.3. Política de marca 4.4. Cartera de productos 4.5. Desarrollo de productos	
Semana 5	Tema 4. Productos y precios (continuación) 4.6. Posicionamiento de productos 4.7. Ciclo de vida del producto 4.8. Política de precios 4.9. Estrategia de precios	Test tema 4 (0,1 puntos)
Semana 6	Tema 5. Comunicación mix de marketing 5.1. Presentación 5.2. La comunicación integrada y la comunicación 360º 5.3. Principios de comunicación 5.4. Objetivos de la comunicación 5.5. La publicidad 5.6. El marketing directo	

	Temas	Actividades (6 puntos)
Semana 7	Tema 5. Comunicación mix de marketing (continuación) 5.7. La promoción de ventas 5.8. Las relaciones públicas 5.9. Patrocinio y mecenazgo 5.10. Otros instrumentos de comunicación 5.11. Efectividad en la comunicación	Caso práctico: Juan Valdez (1,75 puntos) Foro: Caso práctico Juan Valdez (0,75 puntos) Test tema 5 (0,1 puntos)
Semana 8	Tema. 6. Desarrollo estratégico del marketing en la empresa 6.1. Presentación 6.2. El papel del marketing en la estrategia de la empresa 6.3. La sostenibilidad de la ventaja competitiva 6.4. Creación y cultivo de mercado 6.5. Creación y selección de opciones estratégicas	
Semana 9	Tema. 6. Desarrollo estratégico del marketing en la empresa (continuación) 6.4. Creación y cultivo de mercado 6.5. Creación y selección de opciones estratégicas	Test tema 6 (0,1 puntos)
Semana 10	Tema 7. Plan de marketing 7.1. Presentación 7.2. Plan de marketing 7.3. Claves de la elaboración del plan de marketing 7.4. Etapas del plan de marketing 7.5. Marketing audit	Test tema 7 (0,1 puntos)
Semana 11	Semana de exámenes	