

Programación semanal

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

	Temas	Trabajos (4 puntos)	Eventos (2 puntos)
Semana 1	Tema 1: El Plan de marketing 1.1 ¿Cómo estudiar este tema? 1.2 Planificación y gestión en marketing 1.3 Definición y contenido del plan de marketing 1.4 Desarrollo de un plan de marketing: plazos temporales y etapas 1.5 Relaciones funcionales del plan de marketing en la empresa 1.6 El plan de marketing e Internet: consideraciones previas	Trabajo global: Diseño del plan de marketing de una e-commerce (2 puntos)	Asistencia a dos sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre. Test Tema 1 (0,1 puntos)
Semana 2	Tema 2: Análisis de situación actual. Pasos y herramientas 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Análisis externo: entorno, mercado y competencia 2.3. Análisis interno: empresa, producto, precio, distribución y comunicación 2.4. Principales herramientas de análisis: Análisis PESTL Análisis DAFO	Análisis práctico: La industria del cine en España: análisis de las oportunidades de marketing (0,5 puntos)	
Semana 3	Tema 2: Análisis de situación actual. Pasos y herramientas 2.4. Principales herramientas de análisis: Modelo de las 5 fuerzas de Porter Análisis de los competidores de Kotler 2.5. Fuentes de información básicas en Internet 2.6. Referencias bibliográficas		Foro: conclusiones sobre la actividad de las marcas en Redes Sociales (0,5 puntos) Test Tema 2 (0,1 puntos)
Semana 4	Tema 3: Investigación en marketing 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Papel de la investigación en la planificación y toma de decisiones 3.3. El Sistema de Información de Marketing 3.4. Diseño de la investigación: fases y elementos	Lectura: La necesidad de la investigación de mercados en la empresa (0,5 puntos)	
Semana 5	Tema 3: Investigación en marketing 3.5. Investigación comercial: principales metodologías y técnicas 3.6. Referencias bibliográficas		Test Tema 3 (0,1 puntos)
Semana 6	Tema 4: Fijación de objetivos 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Objetivos de marketing: principales características y requisitos 4.3. Tipos de objetivos 4.4. Criterios de selección 4.5 Referencias bibliográficas		Test Tema 4 (0,1 puntos)
Semana 7			
Semana 8	Tema 5: Selección de las estrategias de marketing 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Aspectos clave: coherencia, relaciones y límites 5.3. Tipos de estrategias de marketing De crecimiento De segmentación	Lectura: Las estrategias competitivas y su importancia en la buena gestión de las empresas (0,5 puntos)	

	Temas	Trabajos (4 puntos)	Eventos (2 puntos)
Semana 9	Tema 5: Selección de las estrategias de marketing 5.3. Tipos de estrategias de marketing: De posicionamiento Competitivas 5.4. Criterios de evaluación de la estrategia		Test Tema 5 (0,1 puntos)
Semana 10	Tema 6: Desarrollo de las tácticas de marketing 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Plan de acción sobre producto 6.3. Plan de acción sobre precio	Trabajo: Estrategia de fijación de precios en el mercado del café (0,5 puntos)	
Semana 11	Tema 6: Desarrollo de las tácticas de marketing 6.4. Plan de acción sobre distribución 6.5. Plan de acción sobre comunicación		Test Tema 6 (0,1 puntos)
Semana 12	Tema 7: Previsión, seguimiento y control del plan de marketing 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Previsión de ventas 7.3. Presupuesto 7.4. Cronogramas y planificación temporal		Foro: Previsión, planificación y control: ¿misión imposible? (0,5 puntos)
Semana 13	Tema 7: Previsión, seguimiento y control del plan de marketing 7.5. Indicadores y ratios importantes 7.6. Control del plan 7.7. Referencias bibliográficas		Test Tema 7 (0,1 puntos)
Semana 14	Tema 8: El plan de marketing digital 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Marketing offline y online: blended marketing 8.3. Diseño del plan de marketing digital: especificaciones: Análisis digital adhoc Estrategia online Acciones digitales sobre las 4 «Pes»		
Semana 15	Tema 8: El plan de marketing digital 8.3. Diseño del plan de marketing digital: especificaciones (Continuación) 8.4. Análisis y control del plan de marketing digital 8.5. Referencias bibliográficas		Test Tema 8 (0,1 puntos)
Semana 16	Semana de exámenes		