Programación semanal

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

	Contenido teórico	Actividades (4,5 puntos)	Eventos (1,5 puntos)	Trabajo final (6 puntos)
Semana 1	**Tema 1. El *marketing* en los entornos empresariales actuales** 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Fundamentos del *marketing* 1.3. El concepto de *marketing*. Función transversal en las interrelaciones organizacionales 1.4. Conceptos básicos del *marketing* 1.5. Venta y *marketing* no es lo mismo **Tema 2. Una aproximación al *marketing* estratégico** 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Introducción 2.3. Concreción conceptual de *marketing* estratégico 2.4. Los instrumentos del *marketing* 2.5. *Marketing* estratégico vs. *marketing* digital	**Trabajo:** El sistema comercial y sus variables (1,5 puntos)	Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales (0,1 puntos cada una) **Foro de debate:** ¿Qué abarca el *marketing*? (0,3 puntos) **Test** Tema 1 (0,2 puntos) **Test** Tema 2 (0,2 puntos)	**Trabajo final de la asignatura** Este trabajo tendrá un valor de 6 puntos sobre la nota final de la asignatura, que se sumará a la puntuación obtenida en las dos columnas de la izquierda. Ten en cuenta que la suma de las puntuaciones de todas las actividades de la evaluación continua es de 6 puntos. Puedes hacer las que prefieras hasta conseguir un máximo de 4 puntos (que es la calificación máxima que se puede obtener en la evaluación continua).
Semana 2	**Tema 3. Segmentación y posicionamiento** 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Introducción 3.3. Concepto de segmentación 3.4. Niveles de la segmentación de los mercados 3.5. Público objetivo 3.6. Concepto de posicionamiento. La estrategia de la diferenciación 3.7. La estrategia del posicionamiento	**Trabajo:** Concepto de gestión de servicio: el caso Pepephone (1,5 puntos)	**Test** Tema 3 (0,2 puntos)	
Semana 3	**Tema 4. El comportamiento del consumidor. El factor psicológico** 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Introducción 4.3. La conducta del consumidor 4.4. El proceso de decisión de compra 4.5. Factores psicológicos		**Test** Tema 4 (0,2 puntos)	
Semana 4	**Tema 5. El sistema de información y análisis del cliente** 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Introducción 5.3. Concepto de sistema de información 5.4. Captura de datos. Sistema de datos internos 5.5. Sistema de inteligencia de *marketing* 5.6. La investigación del *marketing*. Las necesidades del cliente 5.7. Ventajas del *big data* en el *marketing*	**Trabajo:** ¿Hacia dónde nos lleva el *big data*? (1,5 puntos)	**Test** Tema 5 (0,2 puntos)	