

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 (20 puntos)
Semana 1	Tema 1. Diseño y gestión de productos 1.1. Introducción y objetivos 1.2. Concepto, dimensiones y clasificación del producto 1.3. Gestión de la cartera de productos 1.4. Elementos identificativos del producto 1.5. La calidad de los productos 1.6. Referencias bibliográficas	Actividad: Caso Imaginarium (9 puntos) Test tema 1 (0,2 puntos)
Semana 2	Tema 2. Decisiones sobre nuevos productos 2.1 Introducción y objetivos 2.2. Conceptos y tipos de nuevos productos 2.3. El proceso de desarrollo de innovaciones 2.4. Los procesos de adopción y difusión 2.5. El ciclo de vida del producto 2.6. Referencias bibliográficas	Test tema 2 (0,2 puntos)
Semana 3	Tema 3. Estrategias de marca 3.1. Introducción y objetivos 3.2. La marca 3.3. Tipos de marcas 3.4. Estrategias de marca 3.5. Gestión de las marcas 3.6. Referencias bibliográficas Tema 4. Decisiones sobre precios 4.1. Introducción y objetivos 4.2. El precio 4.3. Factores determinantes del precio 4.4. Métodos para la determinación de precios 4.5. Estrategias de precios 4.6. Referencias bibliográficas	Test tema 3 (0,2 puntos) Test tema 4 (0,2 puntos)
Semana 4	Tema 5. Decisiones sobre el sistema de distribución 5.1. Introducción y objetivos 5.2. Funciones de la distribución 5.3. Canales de distribución 5.4. Relaciones en el canal de distribución 5.5. Referencias bibliográficas Tema 6. Canales de distribución: formas y estructuras 6.1. Introducción y objetivos 6.2. Tipos de intermediarios y sus relaciones 6.3. El comercio mayorista 6.4. El comercio minorista 6.5. El merchandising 6.6. Referencias bibliográficas	Test tema 5 (0,2 puntos) Test tema 6 (0,2 puntos)

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (20 puntos)
Semana 5	Tema 7. Logística de la distribución 7.1. Introducción y objetivos 7.2. Naturaleza e importancia de la logística 7.3. Funciones de la logística 7.4. Administración logística integrada 7.5. Referencias bibliográficas	Test tema 7 (0,2 puntos)
Semana 6	Tema 8. Decisiones sobre comunicación 8.1. Introducción y objetivos 8.2. Concepto y tipos de comunicación 8.3. Instrumentos de comunicación 8.4. La planificación de la comunicación 8.5. Referencias bibliográficas	Actividad grupal: Caso Zara (9 puntos) Test tema 8 (0,2 puntos)
Semana 7	Tema 9. Herramientas de comunicación 9.1. Introducción y objetivos 9.2. Publicidad 9.3. Promoción de ventas 9.4. Relaciones públicas 9.5. Marketing directo 9.6. Venta personal 9.7. Referencias bibliográficas	Test tema 9 (0,2 puntos)
Semana 8	Tema 10. El plan de marketing 10.1. Introducción y objetivos 10.2. El plan de marketing 10.3. Estructura del plan de marketing 10.4. Presupuesto de marketing 10.5. Control de marketing 10.6. Referencias bibliográficas	Test tema 10 (0,2 puntos)
Semana 9	Semana de repaso	
Semana 9	Semana de exámenes	

NOTA

Esta **Programación semanal** puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.