

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 (15 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 de consumo final 1.10. Marketing industrial 1.11. Referencias bibliográficas	Test tema 1 (0,5 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 (0,5 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: El reto de las cookies Pillsbury (5,75 puntos) Test tema 3 (0,5 puntos)
Semana 4	Preparación del caso	
Semana 5	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 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 (0,5 puntos)
Semana 6	Resolución del caso	Caso práctico: Juan Valdez: innovación en cafetización (5,75 puntos)
Semana 7	Preparación del caso	

	Temas	Actividades (15 puntos)
Semana 8	Tema 5. Comunicación y marketing directo 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 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 Tema. 6. Desarrollo de la estrategia publicitaria 6.1. Presentación 6.2. Concepto de estrategia publicitaria 6.3. Análisis competitivo y ventaja competitiva 6.4. El consumidor y las motivaciones de la compra 6.5. El plan de comunicación y la campaña de publicidad 6.6. El proceso de diseño de la campaña; el briefing 6.7. Desarrollo de la campaña 6.8. Efectividad en la comunicación	Test tema 5 (0,5 puntos) Test tema 6 (0,5 puntos)
Semana 9	Resolución del caso	
Semana 10	Tema 7. Plan de marketing 7.1. Presentación 7.2. El plan de marketing 7.3. El departamento de marketing 7.4. Claves en la elaboración del plan de marketing 7.5. Etapas del plan de marketing 7.6. Marketing audit	Test tema 7 (0,5 puntos)
Semana 11	Semana de exámenes	