

## 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 (3 puntos)	Eventos (2 puntos)	Laboratorios (1 puntos)
Semana 1	<b>Tema 1. Introducción al marketing</b> 1.1. Concepto de marketing. 1.2. Naturaleza y ámbito del marketing. 1.3. Satisfacción, necesidad, deseo e intercambios. 1.4. Referencias.		Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,2 puntos cada una) Test tema 1 (0,05 puntos)	
Semana 2	<b>Tema 2. Marketing y su entorno</b> 2.1. El entorno del marketing. 2.2. El microentorno del marketing. 2.3. El macroentorno del marketing. 2.4. Referencias.	Lectura: Orientación al mercado y resultado de la innovación en las empresas de alta tecnología (0,75 puntos)	Test tema 2 (0,05 puntos)	
Semana 3	<b>Tema 3. El mercado</b> 3.1. Concepto de mercado. 3.2. Tipología de mercado y características. 3.3. Mercados de consumidores y mercados de empresas. 3.4. Mercado y la competencia. Análisis DAFO. 3.5. Referencias.		Test tema 3 (0,05 puntos)	Laboratorio: Análisis de la competencia y DAFO (1 puntos)
Semana 4	<b>Tema 4. La empresa y su comportamiento como compradora. La demanda</b> 4.1. Características del comportamiento de compra de las organizaciones. 4.2. Participantes en el proceso de compra empresarial. 4.3. El proceso de compra de la empresa. 4.4. La demanda: concepto, factores y análisis para la toma de decisiones. 4.5. Referencias.		Test tema 4 (0,05 puntos)	
Semana 5	<b>Tema 5. El comportamiento del consumidor</b> 5.1. El marketing y el comportamiento del consumidor. 5.2. El proceso de decisión de compra. 5.3. Factores que afectan al comportamiento del consumidor.		Test tema 5 (0,05 puntos)	
Semana 6	<b>Tema 6. La investigación de mercados y el sistema de información de marketing</b> 6.1. Concepto y aplicaciones de la investigación comercial. 6.2. Proceso de la investigación comercial. 6.3. Sistema de información de marketing. 6.4. Recogida de información. 6.5. Referencias.		Foro: Investigación comercial a través de redes sociales. (0,95 puntos) Test tema 6 (0,05 puntos)	
Semana 7	<b>Tema 7. La segmentación de mercados</b> 7.1. Concepto de segmentación de mercados. 7.2. Criterios para segmentación de mercados de consumidores y organizaciones. 7.3. Estrategias de segmentación.	Trabajo: Caso práctico sobre segmentación de mercados. (0,75 puntos)	Test tema 7 (0,05 puntos)	
Semana 8	<b>Semana de repaso</b>			

	Contenido teórico	Actividades (3 puntos)	Eventos (2 puntos)	Laboratorios (1 puntos)
Semana 9	<b>Tema 8. La planificación de marketing</b> 8.1. Planificación estratégica en el marketing. 8.2. El proceso de la estrategia de marketing. 8.3. Determinación de objetivos. 8.4. Organización, implantación y control de las estrategias de marketing.		Test tema 8 (0,05 puntos)	
Semana 10	<b>Tema 9. El producto</b> 9.1. Concepto, clasificación y características de productos. 9.2. Estrategia de marca y posicionamiento del producto y marca. 9.3. Ciclo de vida del producto. 9.4. Cartera de productos y nuevos productos. 9.5. Referencias.		Test tema 9 (0,05 puntos)	
Semana 11	<b>Tema 10. El precio</b> 10.1. Concepto y utilidad del precio. 10.2. Factores para la determinación del precio. 10.3. Fijación de precios. 10.4. Estrategia de precios. 10.5. Referencia.	Trabajo: Plan de marketing producto y precio (0,75 puntos)	Test tema 10 (0,05 puntos)	
Semana 12	<b>Tema 11. La distribución</b> 11.1. Concepto y funciones de la distribución comercial. El canal de distribución. 11.2. Diseño y selección del canal de distribución. 11.3. Selección de intermediarios y puntos de venta. 11.4. Referencias.		Test tema 11 (0,05 puntos)	
Semana 13	<b>Tema 12. La comunicación</b> 12.1. Concepto y funciones de la comunicación. 12.2. Proceso de la comunicación. 12.3. El mensaje publicitario y los medios publicitarios. 12.4. Referencias.	Trabajo: Plan de marketing, distribución y comunicación (0,75 puntos)	Test tema 12 (0,05 puntos)	
Semana 14	<b>Tema 13. Marketing integrado</b> 13.1. Concepto del marketing integrado. 13.2. Objetivo estrategias. 13.3. Referencias.		Test tema 13 (0,05 puntos)	
Semana 15	<b>Semana de repaso</b>			
Semana 16	<b>Semana de exámenes</b>			