

Programación semanal

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

SEMANAS	TEMAS	ACTIVIDADES	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	<p>Tema 1. Fundamentos básicos de marketing industrial</p> <p>1.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>1.2. Conceptos básicos de marketing industrial</p> <p>1.3. Características de los productos industriales</p> <p>1.4. Tamaño del mercado de productos industriales</p> <p>1.5. Tipos de productos industriales</p>	<p>Asistencia a 2 clases en directo a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,25 puntos cada una).</p> <p>Test Tema 1(0,1 puntos)</p>	<p>Sesión de Presentación de la asignatura</p> <p>Clase del Tema 1</p>
Semana 2	<p>Tema 2. Características del marketing para productos industriales</p> <p>2.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>2.2. Características del mercado de productos industriales</p> <p>2.3. Mercados verticales y horizontales</p>	<p>Actividad 1(1,5 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 2 (se incluye presentación de actividad 1)</p>
Semana 3	<p>Tema 2. Características del marketing para productos industriales (continuación)</p> <p>2.4. Factores que afectan a la compra de productos industriales</p> <p>2.5. El rol del vendedor de productos industriales</p>	<p>Test Tema 2(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 2</p>
Semana 4	<p>Tema 3. Investigación de mercados industriales</p> <p>3.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>3.2. Técnicas más utilizadas para la investigación de mercados industriales</p> <p>3.3. Medición del tamaño del mercado</p> <p>3.4. Cálculo de la cuota de mercado a aspirar teniendo en cuenta nuestra capacidad productiva</p>		<p>Clase del Tema 3</p>
Semana 5	<p>Tema 4. Planificación y desarrollo de los productos industriales</p> <p>4.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>4.2. Comportamiento de los productos industriales en el tiempo.</p> <p>4.3. Planificación y desarrollo de productos industriales de cara al cliente.</p> <p>4.4. <i>Marketing-mix</i> de los productos industriales.</p>	<p>Test Tema 3(0,1 puntos)</p> <p>Actividad 2(1,6 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 4 (se incluye presentación de actividad 2)</p> <p>Clase de Resolución de la Actividad 1</p>
Semana 6	<p>Tema 5. Canales de distribución para los productos industriales</p> <p>5.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>5.2. Definición de distribuidor industrial.</p> <p>5.3. Agentes y corredores de ventas industriales.</p> <p>5.4. Ventajas y desventajas de cada una de las opciones.</p>	<p>Test Tema 4(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 5</p> <p>Clase de Repaso</p>
Semana 7	<p>Tema 6. Estrategias de marketing para la distribución de productos industriales</p> <p>6.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>6.2. Negociación y acuerdos con nuestros canales.</p> <p>6.3. Selección del medio de transporte y elaboración de la logística de distribución.</p>	<p>Test Tema 5(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 6</p> <p>Sesión de Recomendación de Examen</p>

Semana 8	Tema 6. Estrategias de marketing para la distribución de productos industriales (continuación) 6.4. Otros aspectos de la logística.	Test Tema 6(0,1 puntos)	Clase del Tema 6
Semana 9	Tema 7. Estrategias de precios para productos industriales 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Estrategias de precios para la entrada al mercado industrial. 7.3. La fórmula de agregación de valor. 7.4. Políticas de promoción y descuentos		Clase del Tema 7 Clase de Resolución de la Actividad 2
Semana 10	Tema 8. Gestión de la fuerza de ventas 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Clasificación y perfil del vendedor de productos industriales. 8.3. Presupuesto de ventas y publicidad para productos industriales (<i>sales forecasting</i>). 8.4. Cierre de oportunidades	Test Tema 7(0,1 puntos)	Clase del Tema 8
Semana 11	Tema 9. Publicidad industrial 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. Preparación del material de ventas y publicidad para productos industriales. 9.3. Medios de comunicación para los productos industriales.	Actividad 3(1,5 puntos) Test Tema 8(0,1 puntos)	Clase del Tema 9 (se incluye presentación de actividad 3)
Semana 12	Tema 10. Comercio electrónico para productos industriales 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. El modelo de negocio B2B. 10.3. Preparación del entorno virtual de cara al cliente y de las operaciones de gestión de cara a la empresa.	Test Tema 9(0,1 puntos)	Clase del Tema 10
Semana 13	Tema 11. Presupuesto y compras en las acciones de marketing industrial 11.1. ¿Cómo estudiar este tema? 11.2. Características de los compradores industriales.	Test Tema 10(0,1 puntos)	Clase del Tema 11
Semana 14	Tema 11. Presupuesto y compras en las acciones de marketing industrial (continuación) 11.3. El proceso de compra industrial.	Test Tema 11(0,1 puntos)	Clase del Tema 11 Clase de Resolución de la Actividad 3
Semana 15	Clase de repaso		
Semana 16	Semana de examen		

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