

Programación semanal

Para conocer la fecha de entrega de las distintas actividades, accede a la **sección Tareas** (en el menú lateral). Recuerda que la suma de las puntuaciones de todas las actividades es de 15 puntos. Puedes hacer las que prefieras hasta conseguir un máximo de 10 puntos (que es la calificación máxima que se puede obtener en la evaluación continua).

	Qué vamos a aprender a hacer	Temas	Clases en directo	Casos y Plan de desarrollo personal (14.1 puntos)	Test (0.9 puntos)
Semana 1			Presentación de la asignatura Clase tema 1	Huella UNIR. Coaching de equipos (1.1 puntos)	Test Tema 1 (0.1 puntos)
Semana 2			Clase tema 2		Test Tema 2 (0.1 puntos)

Qué vamos a aprender a hacer	Temas	Clases en directo	Casos y Plan de desarrollo personal (14.1 puntos)	Test (0.9 puntos)
<p>BLOQUE 1. La marca en la dirección de marketing y análisis de mercado y competencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar el alcance de la dirección de <i>marketing</i> y los procesos de generación de valor para la empresa y para el cliente. • Identificar la relación entre la dirección estratégica de marca y la dirección de <i>marketing</i>. • Reconocer los principales pasos de la planeación estratégica para el desarrollo de un plan de marca. • Reconocer los elementos y estructuras para el desarrollo de análisis de microentorno, macroentorno y la creación de un DOFA. • Realizar el análisis de microentorno, macroentorno y DOFA dirigidos al desarrollo de planes de marca. 	<p>Tema 1. Dirección estratégica de marca en el contexto de la dirección de <i>marketing</i></p> <p>Tema 2. Mercado y marca</p> <p>Tema 3. Análisis estratégico de la competencia a partir de la marca</p>	<p>Clase tema 3</p>		
<p>Semana 3</p>		<p>Clase de presentación caso 1 y discusión en grupo</p>	<p>Caso 1 (4.0 puntos)</p>	<p>Test Tema 3 (0.1 puntos)</p>
<p>Semana 4</p>		<p>Clase tema 4</p>		
<p>Semana 5</p>		<p>Clase de resolución caso 1 y presentación de conclusiones</p>		<p>Test Tema 4 (0.1 puntos)</p>
<p>Semana 6</p>				

	Qué vamos a aprender a hacer	Temas	Clases en directo	Casos y Plan de desarrollo personal (14.1 puntos)	Test (0.9 puntos)
Semana 7	<p>BLOQUE 2. Estrategias de <i>marketing</i> y capital de marca</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer los parámetros para el desarrollo de estrategias competitivas. • Realizar procesos de segmentación asociados a la marca. • Proponer estrategias de posicionamiento de marca. • Diseñar estrategias de <i>marketing</i> y marca relacionando servicio, producto y mercado a partir de los análisis de marcas competidoras, microentorno, macroentorno y DOFA. • Reconocer la trascendencia de capital de marca y sus componentes. • Generar procesos de valoración del capital de marca. • Tomar decisiones que fortalezcan la gestión del capital de marca. 	<p>Tema 4. Estrategias de <i>marketing</i> y marca Tema 5. Capital de marca</p>	<p>Clase tema 5</p>		
Semana 8			<p>Clase de presentación caso 2 y discusión en grupo</p>	<p>Caso 2 (4.0 puntos)</p>	<p>Test Tema 5 (0.1 puntos)</p>
Semana 9			<p>Clase temas 6 y 7</p>		
Semana 10			<p>Clase de resolución del caso 2 y presentación de conclusiones</p>		<p>Test Tema 6 (0.1 puntos) Test Tema 7 (0.1 puntos)</p>

Qué vamos a aprender a hacer

Temas

Clases en directo

Casos y Plan de desarrollo personal (14.1 puntos)

Test (0.9 puntos)

BLOQUE 3. Gestión estratégica de marca, reputación digital y tendencias

- Aplicar el prisma de identidad de marca como parte de procesos de planificación.
- Argumentar la toma de decisiones en procesos de planificación de la identidad de marca.
- Distinguir la diversidad de experiencias que pueden ofrecer las marcas a su público objetivo.
- Diseñar propuestas de experiencia de marca ligadas a la gestión estratégica de marca.
- Valorar la importancia de la gestión de la reputación de marca en la era digital y su medición.
- Diseñar procedimientos para la medición de la reputación en red.
- Reconocer los factores de éxito en la gestión de la reputación de marca y aplicarlos en estrategias de gestión.
- Establecer las oportunidades y retos de la marca en el mercado actual.
- Analizar las tendencias en las marcas con miras a fortalecer las propuestas que se generen en torno a la gestión estratégica de marca.

- Tema 6.** Modelos de gestión estratégica de marca
Tema 7. Experiencia de marca
Tema 8. *Marketing* y marca en la era digital
Tema 9. Oportunidades, retos y tendencias de la marca en la estrategia

Clase de presentación caso 3 y discusión en grupo

Caso 3 (5.0 puntos)

Clase tema 8

Test Tema 8 (0.1 puntos)

Clase de resolución caso 3 y presentación de conclusiones

Semana 11

Semana 12

Semana 13

	Qué vamos a aprender a hacer	Temas	Clases en directo	Casos y Plan de desarrollo personal (14.1 puntos)	Test (0.9 puntos)
Semana 14			Clase tema 9 Clase de sesión de recomendación de examen		Test Tema 9 (0.1 puntos)
Semana 15	Clase de repaso				
Semana 16	Semana de exámenes				