

## 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 (15 puntos)
Semana 1	<b>Semana de introducción a la asignatura</b>	
Semana 2	<b>Tema 1. Introducción al marketing</b> 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Fundamentos y concepto del marketing	<b>Foro:</b> ¿Qué abarca el marketing? (1,9 puntos)
Semana 3	<b>Tema 1. Introducción al marketing (continuación)</b> 1.3. Marketing estratégico 1.4. Marketing digital	<b>Test</b> Tema 1 (0,3 puntos)
Semana 4	<b>Tema 2. Segmentación y posicionamiento</b> 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Introducción 2.3. Concepto de segmentación	
Semana 5	<b>Tema 2. Segmentación y posicionamiento (continuación)</b> 2.4. Niveles de la segmentación de los mercados 2.5. Público objetivo	
Semana 6	<b>Tema 2. Segmentación y posicionamiento (continuación)</b> 2.6. Concepto de posicionamiento. La estrategia de la diferenciación 2.7. La estrategia del posicionamiento: SEO, SEM y SMO	<b>Trabajo:</b> Realizar una estrategia de posicionamiento de un e-commerce (5,8 puntos)  <b>Test</b> Tema 2 (0,3 puntos)
Semana 7	<b>Tema 3. El sistema de información y análisis del cliente</b> 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Introducción 3.3. Concepto de sistema de información 3.4. Captura de datos. Sistema de datos internos	
Semana 8	<b>Tema 3. El sistema de información y análisis del cliente (continuación)</b> 3.5. Sistema de inteligencia de marketing 3.6. La investigación del marketing. Las necesidades del cliente 3.7. Ventajas del big data en el marketing	
Semana 9	<b>Tema 3. El sistema de información y análisis del cliente (continuación)</b> 3.7. Ventajas del big data en el marketing	<b>Test</b> Tema 3 (0,3 puntos)

CONTENIDO TEÓRICO		ACTIVIDADES (15 puntos)
Semana 10	<b>Semana de repaso</b>	
Semana 11	<b>Tema 4. Métricas y métodos de análisis</b> 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Principios y fundamentos 4.3. Métricas básicas	
Semana 12	<b>Tema 4. Métricas y métodos de análisis (continuación)</b> 4.4. Tipos de analíticas web	
Semana 13	<b>Tema 4. Métricas y métodos de análisis (continuación)</b> 4.5. Herramientas de medición 4.6. Referencias bibliográficas	<b>Laboratorio:</b> Google Analytics (5,8 puntos)  <b>Test</b> Tema 4 (0,3 puntos)
Semana 14	<b>Tema 5. Marketing relacional y CMR</b> 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Introducción al marketing relacional	
Semana 15	<b>Tema 5. Marketing relacional y CMR (continuación)</b> 5.3. Características y beneficios del marketing relacional 5.4. CRM: definición y características	
Semana 16	<b>Tema 5. Marketing relacional y CMR (continuación)</b> 5.5. Factores clave y bases para un buen CRM 5.6. Referencias bibliográficas	<b>Test</b> Tema 5 (0,3 puntos)
Semana 17	<b>Examen final</b>	

**NOTA**

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