

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 (10 puntos)
Semana 1	Semana de introducción a la asignatura	
Semana 2	Tema 1. Plan de Marketing 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Importancia del plan de marketing 1.3. El plan de marketing herramienta indispensable de un negocio 1.4. Plan de marketing en el siglo XXI	
Semana 3	Tema 1. Plan de Marketing (continuación) 1.5. Tipos de plan de marketing 1.6. Software y aplicaciones para el plan de marketing 1.7. Referencias bibliográficas	Elaboración de un mapa conceptual del plan de marketing (1,5 puntos)
Semana 4	Tema 2. Investigación en Marketing 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. El sistema de información de marketing 2.3. Investigación, planificación y toma de decisiones	
Semana 5	Tema 2. Investigación en Marketing (continuación) 2.4. Diseño de la investigación: fases y elementos 2.5. Investigación comercial: metodología y técnicas 2.6. Referencias bibliográficas	Reporte de lectura: la importancia del plan de marketing como herramienta de gestión (1,5 puntos)
Semana 6	Tema 3. Estructura del Plan de Marketing I 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Objetivos de marketing 3.3. Evaluar la misión y visión de la empresa	
Semana 7	Tema 3. Estructura del Plan de Marketing I (continuación) 3.4. Análisis de la situación-entorno 3.5. Nuevos nichos de mercado, condiciones de mercado y valor de mercado	Desarrollo del Plan de Marketing (4,2 puntos)
Semana 8	Tema 3. Estructura del Plan de Marketing I (continuación) 3.6. Competencia 3.7. Mercado objetivo o target 3.8. Referencias bibliográficas	
Semana 9	Semana de repaso	

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (10 puntos)
Semana 10	Tema 4. Estructura del Plan de Marketing II 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Estrategias de marketing y su elección 4.3. Planes de acción: tácticas de marketing	Foro de debate (2,8 puntos)
Semana 11	Tema 4. Estructura del Plan de Marketing II (continuación) 4.4. Informe financiero y presupuesto 4.5. Programación de actividades	
Semana 12	Tema 4. Estructura del Plan de Marketing II (continuación) 4.6. Plan de medios 4.7. Evaluación y control 4.8. Referencias bibliográficas	
Semana 13	Tema 5. El Plan de Marketing Digital 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Marketing <i>offline</i> y <i>online</i> : <i>blended</i> marketing	
Semana 14	Tema 5. El Plan de Marketing Digital (continuación) 5.3. Especificaciones y etapas del plan de marketing digital	
Semana 15	Tema 5. El Plan de Marketing Digital (continuación) 5.4. El plan de marketing desde las aplicaciones de smartphone 5.5. Referencias bibliográficas	
Semana 16	Semana de repaso	
Semana 17	Examen final	

NOTA

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