

## Programación semanal

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

|          | Temas  | Eventos<br>(6 puntos)   | Clases en directo  |
|----------|--|---|--|
| Semana 1 | <b>Tema 1. Planificación estratégica</b><br>1.1. ¿Cómo estudiar este tema?<br>1.2. Concepto y alcance de las decisiones estratégicas<br>1.3. Tipos de estrategias. Características básicas<br>1.4. Estrategias de marketing                                | Asiste a dos clases en directo a elegir a lo largo del cuatrimestre (0.1 puntos cada una)<br>Test tema 1 (0,08 puntos)                      | Clase de presentación de la asignatura y del tema 1  |
| Semana 2 | <b>Tema 2. Modelos y herramientas de planificación y evaluación</b><br>2.1. ¿Cómo estudiar este tema?<br>2.2. Introducción al concepto<br>2.3. Modelización<br>2.4. Modelo Canvas<br>2.5. Matriz BCG<br>2.6. Matriz GE<br>2.7. Matriz Ansoff               | Test tema 2 (0,08 puntos)   | Clase del tema 2   |
| Semana 3 | <b>Tema 3. El proceso de marketing estratégico</b><br>3.1. ¿Cómo estudiar este tema?<br>3.2. Proceso de marketing estratégico: planificación<br>3.3. Proceso de marketing estratégico: implementación<br>3.4. Proceso de marketing estratégico: evaluación | Actividad: Caso Babyworld. Modelos y herramientas de planificación y evaluación (1,5 puntos)<br>Test tema 3 (0,08 puntos)                   | Clase del tema 3 y presentación de la actividad Caso Babyworld. Modelos y herramientas de planificación y evaluación                               |
| Semana 4 | <b>Tema 4. El plan de marketing</b><br>4.1. ¿Cómo estudiar este tema?<br>4.2. La planificación<br>4.3. Planificación comercial   |   | Clase del tema 4   |
| Semana 5 | <b>Tema 4. El plan de marketing (continuación)</b><br>4.4. Los plazos temporales de la planificación<br>4.5. El plan de marketing  | Test tema 4 (0,08 puntos)   | Clase del tema 4   |
| Semana 6 | <b>Tema 5. Elaboración del plan de marketing</b><br>5.1. ¿Cómo estudiar este tema?<br>5.2. Resumen ejecutivo<br>5.3. Análisis de la situación  |   | Clase del tema 5<br><br>Clase para presentar las conclusiones de la actividad Caso Babyworld. Modelos y herramientas de planificación y evaluación |
| Semana 7 | <b>Tema 5. Elaboración del plan de marketing (continuación)</b><br>5.4. Definición de objetivos<br>5.5. Definición de la estrategia<br>5.6. Plan de acción<br>5.7. Herramientas de control/Feedback  | Actividad: Desarrollo de la fase de planificación y diagnóstico de la situación de un emprendedor (1,5 puntos)<br>Test tema 5 (0,08 puntos) | Clase del tema 5 y presentación de la actividad Caso Desarrollo de la fase de planificación y diagnóstico de la situación de un emprendedor        |
| Semana 8 | <b>Tema 6. Análisis actual</b><br>6.1. ¿Cómo estudiar este tema?<br>6.2. Significado de marketing internacional<br>6.3. Comercio internacional   | Test tema 6 (0,08 puntos)   | Clase del tema 6   |
| Semana 9 | <b>Tema 7. Análisis de los entornos en el marketing internacional. Factores diferenciales</b><br>7.1. ¿Cómo estudiar este tema?<br>7.2. Factores geográficos<br>7.3. Factores culturales<br>7.4. Factores político legales<br>7.5. Factores tecnológicos   | Test tema 7 (0,08 puntos)   | Clase del tema 7   |

|           | Temas  | Eventos<br>(6 puntos)   | Clases en directo   |
|-----------|--|---|---|
| Semana 10 | <b>Tema 8. Detección de oportunidades en el ámbito internacional</b><br>8.1. ¿Cómo estudiar este tema?<br>8.2. Significado<br>8.3. Global vision management<br>8.4. Investigación de mercados internacionales<br>8.5. Determinación de mercados emergentes | Test tema 8<br>(0,08 puntos)  | Clase del tema 8<br><br>Clase para presentar las conclusiones de la actividad<br>Desarrollo de la fase de planificación y diagnóstico de la situación de un emprendedor |
| Semana 11 | <b>Tema 9. Marketing mix en los mercados internacionales</b><br>9.1. ¿Cómo estudiar este tema?<br>9.2. Introducción al concepto<br>9.3. Productos y/o servicios internacionales<br>9.4. Distribución logística internacional                               |   | Clase del tema 9<br><br>Sesión de presentación del modelo de examen   |
| Semana 12 | <b>Tema 9. Marketing mix en los mercados internacionales (continuación)</b><br>9.5. Distribución física internacional<br>9.6. Precios internacionales<br>9.7. Promoción y comunicación internacional   | Actividad grupal: Planificación estratégica en la internacionalización de una empresa/marca (2 puntos)<br>Test tema 9 (0,08 puntos) | Clase del tema 9 y presentación de la actividad grupal Planificación estratégica en la internacionalización de una empresa/marca  |
| Semana 13 | <b>Tema 10. Desarrollo y control de la estrategia</b><br>10.1. ¿Cómo estudiar este tema?<br>10.2. Significado  |   | Clase del tema 10   |
| Semana 14 | <b>Tema 10. Desarrollo y control de la estrategia (continuación)</b><br>10.3. Técnicas de diferenciación en el tratamiento con los distintos agentes (clientes, regulador, proveedores, partners locales)  | Test tema 10<br>(0,08 puntos)   | Clase del tema 10<br><br>Clase para presentar las conclusiones de la actividad grupal<br>Planificación estratégica en la internacionalización de una empresa/marca      |
| Semana 15 | <b>Semana de repaso</b>  |   |   |
| Semana 16 | <b>Semana de exámenes</b>  |   |   |