

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)	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	Tema 1. El Marketing Analytics en la Estrategia Empresarial actual 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Marketing Analytics en las empresas: evolución en el tiempo 1.3. Sistema de información 1.4. Resultados vs Rentabilidad 1.5. Funciones y estructura organizativa 1.6. referencias bibliográficas	Asistencia a 2 clases en directo a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,5 puntos cada una) Test tema 1 (0,1 puntos)	Clase del Tema 1
Semana 2	Tema 2. Tipos y fuentes de información 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Tipologías de datos y procesos de depuración 2.3. Procesos de cualificación de clientes: identificación de preferencias 2.4. Procesos de enriquecimiento de la información: inferencia de variables 2.5. Open Data: Fuentes públicas de información 2.6. Consideraciones legales sobre protección de datos de carácter personal	Actividad (8,4 puntos) Test tema 2 (0,1 puntos)	Clase del tema 2 y presentación de la actividad
Semana 3	Semana de repaso		
Semana 4	Tema 3. Investigación de mercados 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Definición 3.3. Metodologías vs Objetivos 3.4. Proceso para la elaboración de una encuesta 3.5. Análisis de la satisfacción del cliente: NPS (Net Promoter Score) 3.6. Referencias bibliográficas	Test tema 3 (0,1 puntos)	Clase del tema 3
Semana 5	Semana de repaso		

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (10 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 6	Tema 4. El geomarketing y su aplicación estratégica 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Concepto y objetivos 4.3. Niveles de análisis: la “dirección” es la clave 4.4. Sistemas GIS: la toma de decisiones en base a la visualización	Test tema 4 (0,1 puntos)	Clase del tema 4
Semana 7			Clase de resolución de la actividad
Semana 8	Semana de repaso		
Semana 9	Tema 5. CRM: estrategia y arquitectura tecnológica 5.1 ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Definición y objetivos del proceso 5.3. Componentes de un CRM 5.4. El CRM como estrategia de negocio 5.5. Referencias bibliográficas	Test tema 5 (0,1 puntos)	Clase del tema 5
Semana 10	Semana de repaso		
Semana 11	Tema 6. Big Data: el nuevo paradigma de la inteligencia de negocio 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Qué es el Big Data: usos en el Marketing de Contenidos 6.3. Arquitectura de Big Data: tipos de datos y herramientas 6.4. Organización y gestión de proyectos de Big Data 6.5. Introducción a Big Query 6.. Referencias bibliográficas	Test tema 6 (0,1 puntos)	Clase del tema 6
Semana 12	Semana de repaso		
Semana 13			Ejercicio Práctico recopilatorio asignatura
Semana 14	Semana de repaso		

NOTA

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