

Programación semanal

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

	Temas	Trabajo (1,96 puntos)	Evento (2,04 puntos)	Lectura (2 puntos)
Semana 1	Tema 1. Los fundamentos del marketing 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. El concepto de marketing 1.3. Orientaciones de la empresa hacia el mercado 1.4. Ámbitos de aplicación		Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales, a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,12 cada una) Test tema 1 (0,1 puntos)	Lectura: Fundamentos del marketing: las 22 leyes inmutables el marketing (2 puntos)
Semana 2	Tema 2. La dirección de marketing 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. La dirección de marketing en las organizaciones 2.3. La planificación estratégica 2.4. El marketing mix 2.5. El plan de marketing		Test tema 2 (0,1 puntos)	
Semana 3	Tema 3. El entorno del marketing 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. El macroentorno de la empresa 3.3. El microentorno de la empresa		Test tema 3 (0,1 puntos)	
Semana 4	Tema 4. Segmentación y posicionamiento 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Qué entendemos por segmentación 4.3. Niveles de segmentación 4.4. La segmentación de los mercados de consumo e industriales			
Semana 5	Tema 4. Segmentación y posicionamiento (continuación) 4.5. El público objetivo 4.6. El posicionamiento y su estrategia	Trabajo: Resolución de un caso práctico: la prevención de accidentes (0,97 puntos)	Test tema 4 (0,1 puntos)	
Semana 6	Tema 5. El comportamiento del consumidor 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Influencia del entorno sobre el comportamiento del consumidor 5.3. El proceso de compra			
Semana 7	Tema 5. El comportamiento del consumidor (continuación) 5.4. Fases en el proceso de decisión de la compra 5.5. El comportamiento de compra en las organizaciones		Foro debate: El marketing y la creación de falsas necesidades (0,8 puntos) Test tema 5 (0,1 puntos)	
Semana 8	Tema 6. El sistema de información de marketing y la investigación 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Los sistemas de información de marketing 6.3. La investigación de marketing		Test tema 6 (0,1 puntos)	
Semana 9	Tema 7. La política del producto 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Definición, clasificación y componentes			
Semana 10	Tema 7. La política del producto (continuación) 7.3. Estrategias de marca 7.4. El ciclo de vida del producto		Test tema 7 (0,1 puntos)	

	Temas	Trabajo (1,96 puntos)	Evento (2,04 puntos)	Lectura (2 puntos)
Semana 11	Tema 8. La política de precios 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. El precio como instrumento de marketing 8.3. Métodos de fijación de precios 8.4. Estrategias de precios		Test tema 8 (0,1 puntos)	
Semana 12	Tema 9. La política de distribución 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. Los canales de distribución: precisión conceptual 9.3. Funciones desarrolladas por los intermediarios			
Semana 13	Tema 9. La política de distribución (continuación) 9.4. Diseño del canal de distribución 9.5. Internet y las nuevas políticas de distribución	Trabajo: Cálculo de precios (0,99 puntos)	Test tema 9 (0,1 puntos)	
Semana 14	Tema 10. La política de comunicación 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. El mix de comunicación			
Semana 15	Tema 10. La política de comunicación (continuación) 10.3. La comunicación efectiva 10.4. El plan de comunicación		Test tema 10 (0,1 puntos)	
Semana 16	Semana de exámenes			