

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 (5 puntos)	Evento (5 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 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	Resolución de un caso práctico: Waterfresh (2,5 puntos)	Clase sesión presencial virtual 1 (1 puntos) Clase presencial virtual 2 (1 puntos) Test tema 1 (0,6 puntos) Test tema 2 (0,6 puntos)
Semana 2	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	Resolución de un caso práctico: Audiencias de Radio (2,5 puntos)	Test tema 3 (0,6 puntos)
Semana 3	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 4.5. El público objetivo 4.6. El posicionamiento y su estrategia		Test tema 4 (0,6 puntos)
Semana 4	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		Test tema 5 (0,6 puntos)