

## 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 (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	<p><b>Tema 1. Introducción y conceptos básicos sobre la demanda</b></p> <p>1.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>1.2. La necesidad de estudiar la demanda</p> <p>1.3. El alcance de la demanda</p> <p>1.4. Conceptos básicos sobre la demanda</p> <p>1.5. Enfoques sobre la demanda: avanzando hacia el lean marketing</p> <p>1.6. Resumen</p>	<p><b>Asistencia</b> a dos clases en directo a lo largo del curso (0,3 puntos cada una)</p> <p><b>Test</b> tema 1 (0,2 puntos)</p>	<p>Presentación de la asignatura y clase del tema 1</p>
Semana 2	<p><b>Tema 2. El sistema de información de la demanda</b></p> <p>2.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>2.2. Fuentes de información de la demanda: los clientes y la empresa</p> <p>2.3. El sistema de información de la demanda: definición y componentes</p> <p>2.4. Modelo para un sistema de información de la demanda</p> <p>2.5. Resumen</p>	<p><b>Test</b> tema 2 (0,2 puntos)</p>	<p>Clase del tema 2</p>
Semana 3	<p><b>Tema 3. El proceso de generación de la demanda</b></p> <p>3.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>3.2. Terminología para la medición de la demanda</p> <p>3.3. El proceso de generación de la demanda: concepto y tipología</p>	<p><b>Actividad:</b> Experiencia de cliente e innovación para generar demanda: el caso de OTIS (3,75 puntos)</p>	<p>Clase del tema 3 y presentación de la Actividad: Experiencia de cliente e innovación para generar demanda: el caso de OTIS</p>
Semana 4	<p><b>Tema 3. El proceso de generación de la demanda (continuación)</b></p> <p>3.4. Fases del proceso de generación de la demanda</p> <p>3.5. Características de un proceso efectivo de generación de la demanda</p> <p>3.6. Resumen</p>	<p><b>Test</b> tema 3 (0,2 puntos)</p>	<p>Clase del tema 3</p>
Semana 5	<b>Semana de repaso</b>		
Semana 6	<p><b>Tema 4. La generación de la demanda desde el interior de la empresa</b></p> <p>4.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>4.2. El proceso interno de generación de la demanda</p> <p>4.3. Sistemas de gestión documental</p> <p>4.4. Herramientas de análisis de la demanda desde el interior de la empresa</p> <p>4.5. Resumen</p>	<p><b>Test</b> Tema 4 (0,2 puntos)</p>	<p>Clase del tema 4</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 7	<p><b>Tema 5. Herramientas de Business Intelligence en la generación de la demanda</b></p> <p>5.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>5.2. El proceso de Business Intelligence sobre la demanda</p> <p>5.3. Herramientas de Business Intelligence en la generación de la demanda</p>		<p>Clase del tema 5</p> <p>Clase de resolución de la Actividad: Experiencia de cliente e innovación para generar demanda: el caso de OTIS</p>
Semana 8	<p><b>Tema 5. Herramientas de Business Intelligence en la generación de la demanda (continuación)</b></p> <p>5.4. Aplicaciones de Internet en los procesos de generación de la demanda</p> <p>5.5. La generación de la demanda en las redes sociales</p> <p>5.6. Resumen</p>	<p><b>Actividad grupal:</b> Generar demanda a través de redes sociales: el caso de Correos de España (6 puntos)</p> <p><b>Test Tema 5</b> (0,2 puntos)</p>	<p>Clase del tema 5 y presentación de la Actividad grupal: Generar demanda a través de redes sociales: el caso de Correos de España</p>
Semana 9		Asistencia a la sesión de discusión grupal (0,5 puntos)	Clase de discusión de la actividad grupal
Semana 10	<p><b>Tema 6. Técnicas de investigación comercial sobre la demanda</b></p> <p>6.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>6.2. El proceso de investigación comercial sobre la demanda</p> <p>6.3. Técnicas cualitativas de investigación sobre la demanda</p> <p>6.4. Técnicas cuantitativas de investigación sobre la demanda</p> <p>6.5. Técnicas de lean marketing sobre la demanda</p> <p>6.6. Resumen</p>	<b>Test Tema 6</b> (0,2 puntos)	<p>Clase el tema 6</p> <p>Sesión de explicación del modelo de examen</p>
Semana 11	<p><b>Tema 7. Aplicaciones orientadas a la dirección estratégica de la demanda</b></p> <p>7.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>7.2. Procesos para determinar la demanda actual</p> <p>7.3. Procesos de previsión de la demanda futura</p> <p>7.4. Aplicaciones de Apoyo a la Toma de Decisiones</p> <p>7.5. Aplicaciones SupplyChain Management y GIS</p> <p>7.6. Resumen</p>	<p><b>Test Tema 7</b> (0,2 puntos)</p> <p><b>Actividad:</b> Previsión futura de la demanda de productos de un supermercado a través de la observación (2,35 puntos)</p>	<p>Clase del tema 7 y presentación de la Actividad: Previsión futura de la demanda de productos de un supermercado a través de la observación</p>
Semana 12			<p>Clase de resolución de la Actividad grupal: Generar demanda a través de redes sociales: el caso de Correos de España (doble sesión)</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 13	<p><b>Tema 8. Aplicaciones orientadas a la gestión operativa de la demanda</b></p> <p>8.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>8.2. Aplicaciones de generación de la demanda para distintos productos o servicios</p> <p>8.3. Aplicaciones CRM</p> <p>8.4. Resumen</p>	<p><b>Test Tema 8</b> (0,2 puntos)</p>	<p>Clase del tema 8</p>
Semana 14	<p><b>Tema 9. La organización empresarial de los procesos sobre la demanda</b></p> <p>9.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>9.2. Planificación de los procesos sobre la demanda</p> <p>9.3. Contratación interna o externa de los procesos sobre la demanda</p> <p>9.4. Organización empresarial de los procesos de generación de la demanda</p> <p>9.5. Implantación y control de los procesos de generación de la demanda: aplicaciones de lean marketing en empresas e instituciones</p> <p>9.6. Resumen</p>	<p><b>Test Tema 9</b> (0,2 puntos)</p>	<p>Clase del tema 9</p>
Semana 15	<p>Repaso</p>		<p>Clase de resolución de la Actividad: Previsión futura de la demanda de productos de un supermercado a través de la observación</p>
Semana 16	<b>Semana de exámenes</b>		

**NOTA**

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