

Programación semanal

Para conocer la fecha de entrega de las distintas actividades accede a la sección **Actividades** (en el menú lateral). Recuerda que la suma de las puntuaciones de todas las actividades es de 15 puntos. Puedes hacer las que prefieras hasta conseguir un máximo de 10 puntos (que es la calificación máxima que se puede obtener en la evaluación continua).

	Temas	Actividades (12.0 puntos)	Eventos (3.0 puntos)
Semana 1	Tema 1. Introducción al marketing 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Fundamentos y concepto del marketing 1.3. Marketing estratégico 1.4. Marketing digital		Asistencia a 2 clases en directo a lo largo de la asignatura (0,3 puntos cada una) Test - Tema 1 (0.2 puntos) Foro: ¿Qué abarca el marketing? (1.4 puntos)
Semana 2	Tema 2. Segmentación y posicionamiento 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Introducción 2.3. Concepto de segmentación 2.4. Niveles de la segmentación de los mercados 2.5. Público objetivo 2.6. Concepto de posicionamiento. La estrategia de la diferenciación 2.7. La estrategia del posicionamiento: SEO, SEM y SMO	Trabajo: Realizar una estrategia de posicionamiento de un e-commerce (6.0 puntos)	Test - Tema 2 (0.2 puntos)
Semana 3	Tema 3. El sistema de información y análisis del cliente 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Introducción 3.3. Concepto de sistema de información 3.4. Captura de datos. Sistema de datos internos 3.5. Sistema de inteligencia de marketing 3.6. La investigación del marketing. Las necesidades del cliente 3.7. Ventajas del big data en el marketing		Test - Tema 3 (0.2 puntos)
Semana 4	Tema 4. Métricas y métodos de análisis 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Principios y fundamentos 4.3. Métricas básicas 4.4. Tipos de analíticas web 4.5. Herramientas de medición 4.6. Referencias bibliográficas	Laboratorio: Google Analytics (6.0 puntos)	Test - Tema 4 (0.2 puntos)
Semana 5	Tema 5. Marketing relacional y CMR 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Introducción al marketing relacional 5.3. Características y beneficios del marketing relacional 5.4. CRM: definición y características 5.5. Factores clave y bases para un buen CRM 5.6. Referencias bibliográficas		Test - Tema 5 (0.2 puntos)
Semana 6	Semana de exámenes		