

Programación semanal

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

	Temas	Trabajos y Casos prácticos (4 puntos)	Eventos (2 puntos)
Semana 1 15/10/2018- 19/10/2018	Tema 1. El estudio del comportamiento del consumidor 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Evolución histórica del estudio del comportamiento del consumidor 1.3. El comportamiento del consumidor y el marketing 1.4. Referencias bibliográficas		Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales, a elegir, durante el cuatrimestre (0,1 puntos cada una) Test Tema 1 (0,1 puntos)
Semana 2 22/10/2018- 26/10/2018	Tema 2. El proceso de decisión de compra del consumidor actual 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Reconocimiento de la necesidad no satisfecha 2.3. Búsqueda de información	Caso práctico: Las reglas de la decisión de compra (0,5 puntos)	
Semana 3 29/10/2018- 02/11/2018	Tema 2. El proceso de decisión de compra del consumidor actual (continuación) 2.4. La elección del establecimiento de la marca 2.5. Evaluación de la compra y comportamiento postcompra 2.6. Referencias bibliográficas		Test Tema 2 (0,1 puntos)
Semana 4 05/11/2018- 09/11/2018	Tema 3. Factores psicológicos que afectan al comportamiento del consumidor 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. La necesidad y la motivación 3.3. La percepción y el marketing 3.4. El aprendizaje 3.5. Las actitudes 3.6. Referencias bibliográficas		Test Tema 3 (0,1 puntos)
Semana 5 12/11/2018- 16/11/2018	Tema 4. Factores personales que afectan al comportamiento del consumidor 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Etapas del ciclo de vida y ocupación 4.3. La personalidad 4.4. Estilos de vida 4.5. Referencias bibliográficas		Test Tema 4 (0,1 puntos)
Semana 6 19/11/2018- 23/11/2018	Tema 5. Factores culturales que afectan al comportamiento del consumidor 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Concepto de cultura 5.3. Características de la cultura 5.4. Los valores culturales 5.5. Subculturas 5.6. Importancia para el marketing		Test Tema 5 (0,1 puntos)
Semana 7 26/11/2018- 30/11/2018	Tema 6. Factores sociales que afectan al comportamiento del consumidor 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Los estratos sociales 6.3. Los grupos sociales 6.4. La influencia de la familia y los roles dentro de ella 6.5. Referencias bibliográficas	Trabajo: Líderes de opinión en las campañas publicitarias difundidas a través de YouTube (1 puntos)	Test Tema 6 (0,1 puntos)

	Temas	Trabajos y Casos prácticos (4 puntos)	Eventos (2 puntos)
Semana 8 03/12/2018- 07/12/2018	Tema 7. Consumer insight 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Significado del término 7.3. Categorización de los consumer insights		
Semana 9 10/12/2018- 14/12/2018	Tema 7. Consumer insight (continuación) 7.4. Utilidad de los insights 7.5. Técnicas para la identificación de insights 7.6. Referencias bibliográficas	Caso práctico: Estudio cualitativo de los procesos de consumo de ropa deportiva surfwear en el segmento juvenil (1 puntos)	Test Tema 7 (0,1 puntos)
Semana 10 17/12/2018- 21/12/2018	Tema 8. Detección de insights con técnicas de neuromarketing 8.1. ¿Cómo estudiar este tema 8.2. ¿Qué es el neuromarketing? 8.3. Tendencias actuales en el ámbito del neuromarketing 8.4. Herramientas de medición		Foro: Beneficios del uso de técnicas de neuromarketing para el estudio del consumidor (0,8 puntos)
Semana 11 07/01/2019- 11/01/2019	Tema 8. Detección de insights con técnicas de neuromarketing (continuación) 8.4. Herramientas de medición 8.5. Códigos éticos de investigación en neuromarketing 8.6. Referencias bibliográficas		Test Tema 8 (0,1 puntos)
Semana 12 14/01/2019- 18/01/2019	Tema 9. El marketing experiencial y el marketing sensorial 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. El marketing experiencial 9.3. El marketing sensorial 9.4. La construcción de una marca multisensorial 9.5. Principales limitaciones del uso de estrategias sensoriales 9.6. Referencias bibliográficas	Trabajo individual/grupal: Identificación de estrategias de marketing sensorial en el punto de venta (1 puntos)	Test Tema 9 (0,1 puntos)
Semana 13 21/01/2019- 25/01/2019	Tema 10. El comportamiento del consumidor online 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. Modelos de ecommerce 10.3. Proceso de compra del consumidor online	Caso práctico: Factores que condicionan la satisfacción del consumidor online (0,5 puntos)	Test Tema 10 (0,1 puntos)
Semana 14 28/01/2019- 01/02/2019	Tema 10. El comportamiento del consumidor online (continuación) 10.4. Tendencias en el ámbito de los ecommerce 10.5. Referencias bibliográficas		
Semana 15 04/02/2019- 10/02/2019	Semana de repaso		
Semana 16 11/02/2019- 17/02/2019	Semana de exámenes		

Nota: Los siguientes días se consideran periodos de repaso:

- Del 24 de diciembre al 30 de diciembre
- Del 31 de diciembre al 6 de enero