

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>Tema 1. Introducción al marketing</p> <p>1.1. Introducción y objetivos 1.2. ¿Qué es el marketing? 1.3. Aplicación del concepto de marketing a una empresa, músico o emprendedor 1.4. El proceso del marketing: en busca del cliente insatisfecho 1.5. El marketing enfocado a las personas 1.6. El marketing y el compromiso social</p>	<p>Asistencia a 2 clases en directo a elegir a lo largo del cuatrimestre (0.3 puntos cada una)</p> <p>Test Tema 1 (0.1 puntos)</p>	<p>Presentación de la asignatura y clase del tema 1</p>
Semana 2	<p>Tema 2. Los elementos clave en el desarrollo de una estrategia de marketing</p> <p>2.1. Introducción y objetivos 2.2. Definición de los objetivos básicos de la empresa y/o artista 2.3. Definición del cliente (interno y externo) y adaptación al mismo 2.4. Diferencias entre cliente y consumidor 2.5. La pirámide de consideración de ventas</p>	<p>Actividad 1: Definir el mercado de la música (4 Puntos)</p> <p>Semana de entrega: semana 4</p> <p>Test Tema 2 (0.1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 2 y presentación de la actividad 1: Definir el mercado de la música</p>
Semana 3	<p>Tema 3. Aprender del mercado</p> <p>3.1. Introducción y objetivos 3.2. Aprendizaje del mercado: la importancia de las tendencias sociales 3.3. Psicología del consumidor: aspectos relacionados con la conducta y la influencia de la música 3.4. Conociendo al consumidor: segmentación y nichos de mercado 3.5. Tipos de estudios de mercado: cualitativos, cuantitativos, cuali-cuanti</p>	<p>Test Tema 3 (0.1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 3</p>
Semana 4	<p>Tema 4. Marketing mix</p> <p>4.1. Introducción y objetivos 4.2. Las «p» del marketing: producto, precio, plaza (distribución), promoción... y posicionamiento. 4.3. Desarrollo de marca 4.4. ¿Qué partes componen un producto? ¿Y un producto digital? 4.5. El valor estratégico del posicionamiento 4.6. <i>Branding</i>: el músico como producto y el desarrollo de su marca personal</p>	<p>Test Tema 4 (0.1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 4</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 5	Tema 5. Marketing mix en la industria musical 5.1. Introducción y objetivos 5.2. Las «p» del marketing para un artista, banda o empresa relacionada con la música 5.3. Posicionamiento y marca personal en música 5.4. La competencia en el mercado de la música	Test Tema 5 (0.1 puntos)	Clase del tema 5 Clase de resolución de la actividad 1: Definir el mercado de la música
Semana 6	Tema 6. Desarrollo de producto 6.1. Introducción y objetivos 6.2. Estrategia de producto 6.3. Ciclo de vida del producto 6.4. Prueba de producto	Actividad 2: Desarrollo del producto musical (4 puntos) Semana de entrega: semana 8 Test Tema 6 (0.1 puntos)	Clase del tema 6 y presentación de la actividad 2: Desarrollo del producto musical
Semana 7	Tema 7. Desarrollo de producto 7.1. Introducción y objetivos 7.2. Análisis DAFO 7.3. El modelo Canvas 7.4. El modelo 100 días y el <i>checklist</i> 7.5. Plan de promoción 7.6. Presupuesto y medidas de control	Test Tema 7 (0.1 puntos)	Clase del tema 7
Semana 8	Tema 8. Marketing digital 8.1. Introducción y objetivos 8.2. El ecosistema digital 8.3. Por qué usar marketing digital 8.4. Páginas web 8.5. Herramientas de Google 8.6. Redes sociales 8.7. <i>E-mail</i> marketing y <i>apps</i>	Test Tema 8 (0.1 puntos)	Clase del tema 8
Semana 9	Tema 9. Desarrollo web y SEO 9.1. Introducción y objetivos 9.2. ¿Qué debe contener una web? 9.3. Posicionamiento (SEO) 9.4. SEO <i>on page</i> o SEO interno 9.5. SEO <i>off page</i> o SEO externo 9.6. Herramientas SEO	Test Tema 9 (0.1 puntos)	Clase del tema 9 Clase de resolución de la actividad 2: Desarrollo del producto musical
Semana 10	Tema 10. Redes sociales 10.1. Introducción y objetivos 10.2. Importancia de las redes sociales 10.3. Facebook 10.4. Twitter 10.5. Instagram 10.6. LinkedIn 10.7. Pinterest 10.8. TikTok 10.9. WhatsApp y/o Telegram	Test Tema 10 (0.1 puntos)	Clase del tema 10

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 11	Tema 11. Promoción usando YouTube 11.1. Introducción y objetivos 11.2. Por qué escoger YouTube 11.3. Alternativas a YouTube 11.4. Configurar un canal de YouTube 11.5. Subida de vídeos a YouTube 11.6. Otras herramientas de YouTube	Taller virtual (grupal): Plan de marketing (5 Puntos) Semana de entrega: semana 14 Test Tema 11 (0.1 puntos)	Clase del tema 11 y presentación del taller virtual: Plan de marketing
Semana 12	Tema 12. Distribución digital 12.1. Introducción y objetivos 12.2. Distribución de audio digital 12.3. Distribución de vídeo digital 12.4. Distribuidores digitales 12.5. Distribución de <i>merchandising</i> y entradas	Test Tema 12 (0.1 puntos)	Clase del tema 12 Clase de explicación del taller práctico virtual: Plan de marketing
Semana 13	Tema 13. Promoción digital 13.1. Introducción y objetivos 13.2. Establecer una metodología de trabajo 13.3. Promoción de temas en plataformas digitales 13.4. Herramientas de gestión: Spotify	Test Tema 13 (0.1 puntos)	Clase del tema 13
Semana 14	Tema 14. Publicidad <i>offline</i> y <i>online</i> 14.1. Introducción y objetivos 14.2. Cuándo usar la publicidad <i>offline</i> 14.3. Cuándo usar la publicidad <i>online</i> 14.4. Publicidad en Google 14.5. Publicidad en redes sociales	Test Tema 14 (0.1 puntos)	Clase del tema 14
Semana 15	Semana de repaso		Clase de repaso y dudas Clase de resolución del taller práctico virtual: Plan de marketing
Semana 16	Semana de exámenes		

NOTA

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