

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	PRÁCTICAS (20 puntos)
Semana 1	<p>Tema 1. Diseño y gestión de productos</p> <p>1.1. Introducción y objetivos 1.2. Concepto, dimensiones y clasificación del producto 1.3. Gestión de la cartera de productos 1.4. Elementos identificativos del producto 1.5. La calidad de los productos 1.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad: Caso Imaginarium (6 puntos)</p> <p>Test tema 1 (0,2 puntos)</p>
Semana 2	<p>Tema 2. Decisiones sobre nuevos productos</p> <p>2.1 Introducción y objetivos 2.2. Conceptos y tipos de nuevos productos 2.3. El proceso de desarrollo de innovaciones 2.4. Los procesos de adopción y difusión 2.5. El ciclo de vida del producto 2.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 2 (0,2 puntos)</p>
Semana 3	<p>Tema 3. Estrategias de marca</p> <p>3.1. Introducción y objetivos 3.2. La marca 3.3. Tipos de marcas 3.4. Estrategias de marca 3.5. Gestión de las marcas 3.6. Referencias bibliográficas</p> <p>Tema 4. Decisiones sobre precios</p> <p>4.1. Introducción y objetivos 4.2. El precio 4.3. Factores determinantes del precio 4.4. Métodos para la determinación de precios 4.5. Estrategias de precios 4.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 3 (0,2 puntos)</p> <p>Test tema 4 (0,2 puntos)</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	PRÁCTICAS (20 puntos)
Semana 4	<p>Tema 5. Decisiones sobre el sistema de distribución</p> <p>5.1. Introducción y objetivos 5.2. Funciones de la distribución 5.3. Canales de distribución 5.4. Relaciones en el canal de distribución 5.5. Referencias bibliográficas</p> <p>Tema 6. Canales de distribución: formas y estructuras</p> <p>6.1. Introducción y objetivos 6.2. Tipos de intermediarios y sus relaciones 6.3. El comercio mayorista 6.4. El comercio minorista 6.5. El merchandising 6.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad: Caso Telepizza (6 puntos)</p> <p>Test tema 5 (0,2 puntos)</p> <p>Test tema 6 (0,2 puntos)</p>
Semana 5	<p>Tema 7. Logística de la distribución</p> <p>7.1. Introducción y objetivos 7.2. Naturaleza e importancia de la logística 7.3. Funciones de la logística 7.4. Administración logística integrada 7.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 7 (0,2 puntos)</p>
Semana 6	<p>Tema 8. Decisiones sobre comunicación</p> <p>8.1. Introducción y objetivos 8.2. Concepto y tipos de comunicación 8.3. Instrumentos de comunicación 8.4. La planificación de la comunicación 8.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad grupal: Caso Zara (6 puntos)</p> <p>Test tema 8 (0,2 puntos)</p>
Semana 7	<p>Tema 9. Herramientas de comunicación</p> <p>9.1. Introducción y objetivos 9.2. Publicidad 9.3. Promoción de ventas 9.4. Relaciones públicas 9.5. Marketing directo 9.6. Venta personal 9.7. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 9 (0,2 puntos)</p>

CONTENIDO TEÓRICO	PRÁCTICAS (20 puntos)
<p>Semana 8</p> <p>Tema 10. El plan de marketing 10.1. Introducción y objetivos 10.2. El plan de marketing 10.3. Estructura del plan de marketing 10.4. Presupuesto de marketing 10.5. Control de marketing 10.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 10 (0,2 puntos)</p>
<p>Semana 9 (de lunes a jueves)</p>	<p>Semana de repaso</p>
<p>Semana 9 (de viernes a domingo)</p>	<p>Semana de exámenes</p>

NOTA

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