

Programación semanal

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

SEMANAS	TEMAS	ACTIVIDADES	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	Tema 1. Diseño y gestión de productos 1.1. Introducción y objetivos 1.2. Concepto, dimensiones y clasificación del producto 1.3. Gestión de la cartera de productos	Asistencia a 2 clases en directo, a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,15 cada una)	Sesión de Presentación de la asignatura Clase del Tema 1
Semana 2	Tema 1. Diseño y gestión de productos (continuación) 1.4. Elementos identificativos del producto 1.5. La calidad de los productos 1.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 1(0,1 puntos)	Clase del tema 1
Semana 3	Tema 2. Decisiones sobre nuevos productos 2.1. Introducción y objetivos 2.2. Conceptos y tipos de nuevos productos 2.3. El proceso de desarrollo de innovaciones	Actividad 1(1,35 puntos)	Clase del Tema 2 (se incluye presentación de actividad 1)
Semana 4	Tema 2. Decisiones sobre nuevos productos (continuación) 2.4. Los proceso de adopción y difusión 2.5. El ciclo de vida del producto 2.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 2(0,1 puntos)	Clase del tema 2
Semana 5	Tema 3. Estrategias de marca 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	Test Tema 3(0,1 puntos) Actividad grupal(2 puntos)	Clase del Tema 3 (se incluye presentación de actividad grupal)
Semana 6	Tema 4. Decisiones sobre precios 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	Test Tema 4(0,1 puntos)	Clase del Tema 4 Clase de Resolución de la Actividad 1
Semana 7	Tema 5. Decisiones sobre el sistema de distribución 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	Test Tema 5(0,1 puntos)	Clase del tema 5

Semana 8	Tema 6. Canales de distribución: formas y estructuras 6.1. Introducción y objetivos 6.2. Tipos de intermediarios y sus relaciones 6.3. El comercio mayorista		Clase del Tema 6 Sesión de Recomendación de Examen
Semana 9	Tema 6. Canales de distribución: formas y estructuras (continuación) 6.4. El comercio minorista 6.5. El <i>merchandising</i> 6.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 6(0,1 puntos) Actividad 2(1,35 puntos)	Clase del Tema 6 (se incluye presentación de actividad 2) Clase de Resolución de la Actividad Grupal
Semana 10	Tema 7. Logística de la distribución 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	Test Tema 7(0,1 puntos)	Clase del tema 7
Semana 11	Tema 8. Decisiones sobre comunicación 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	Test Tema 8(0,1 puntos)	Clase del tema 8
Semana 12	Tema 9. Herramientas de comunicación 9.1. Introducción y objetivos 9.2. Publicidad 9.3. Promoción de ventas		Clase del Tema 9 Clase de Resolución de actividad 2
Semana 13	Tema 9. Herramientas de comunicación (continuación) 9.4. Relaciones públicas 9.5. Marketing directo 9.6. Venta personal 9.7. Referencias bibliográficas	Test Tema 9(0,1 puntos)	Clase del tema 9
Semana 14	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	Test Tema 10(0,1 puntos)	Clase del tema 10
Semana 15	Clase de Repaso		
Semana 16	Semana de exámenes		

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