

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. Investigación comercial I 1.1. Introducción y objetivos 1.2. ¿Qué es la investigación comercial? 1.3. Definición y aplicación de la investigación comercial 1.4. Fases de la investigación comercial 1.5. Diseño de la investigación	Asistencia a 2 clases en directo a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,15 puntos cada una) Test Tema 1(0,1 puntos)	Sesión de presentación de la asignatura Clase del Tema 1
Semana 2	Tema 2. Investigación comercial II 2.1. Introducción y objetivos 2.2. Selección de las fuentes de información 2.3. Determinar cómo obtener esa información	Actividad 1(1,3 puntos)	Clase del Tema 2 (se incluye presentación de actividad 1)
Semana 3	Tema 2. Investigación comercial II (continuación) 2.4. Recogida de los datos 2.5. Tratamiento y análisis de los datos 2.6. Interpretación de los resultados y presentación de conclusiones	Test Tema 2(0,1 puntos)	Clase del Tema 2
Semana 4	Tema 3. Dirección estratégica y marketing 3.1. Introducción y objetivos 3.2. El concepto de estrategia 3.3. La satisfacción de los grupos participantes en la organización 3.4. La dirección estratégica 3.5. El marketing en el contexto de la dirección estratégica 3.6. La estrategia de marketing en la empresa	Test Tema 3(0,1 puntos)	Clase del Tema 3
Semana 5	Tema 4. Posicionamiento estratégico 4.1. Introducción y objetivos 4.2. El concepto de posicionamiento 4.3. Tipos de posicionamiento 4.4. Diferenciación y posicionamiento 4.5. Tipos e instrumentos de diferenciación 4.6. Criterios para diferenciar 4.7. Fases del proceso de posicionamiento	Actividad grupal(2 puntos) Test Tema 4(0,1 puntos)	Clase del Tema 4 (se incluye presentación de actividad 2 (grupal)) Clase de Resolución de la actividad 1
Semana 6	Tema 5. Análisis de la competencia 5.1. Introducción y objetivos 5.2. Noción de competencia 5.3. Determinantes del grado de rivalidad competitiva 5.4. Métodos de identificación de los competidores 5.5. Análisis de los competidores 5.6. Diseño de un sistema de inteligencia competitiva	Test Tema 5(0,1 puntos)	Clase del Tema 5

Semana 7	Tema 6. La fuerza de ventas. Introducción 6.1. Introducción y objetivos 6.2. Principales aportaciones de la fuerza de ventas 6.3. Tendencias de la fuerza de ventas		Clase del Tema 6 Sesión de Recomendación de Examen
Semana 8	Tema 6. La fuerza de ventas. Introducción (continuación) 6.4. Función y actividades de ventas 6.5. Estrategia de marketing y la función de ventas 6.6. Estrategia de ventas 6.7. Referencias bibliográficas	Test Tema 6(0,1 puntos)	Clase del Tema 6
Semana 9	Tema 7. Selección y formación de equipos de ventas 7.1. Introducción y objetivos 7.2. Adquisición de talento de ventas 7.3. Socialización de la fuerza de ventas		Clase del Tema 7 Clase de Resolución de la actividad 2 (grupal)
Semana 10	Tema 7. Selección y formación de equipos de ventas (continuación) 7.4. Proceso de búsqueda y selección 7.5. Formación de la fuerza de ventas 7.6. Gestión del proceso de formación en ventas 7.7. Referencias bibliográficas	Actividad 3(1,3 puntos) Test Tema 7(0,1 puntos)	Clase del Tema 7 (se incluye presentación de actividad 3)
Semana 11	Tema 8. Liderazgo y nuevas formas de dirigir la función comercial 8.1. Introducción y objetivos 8.2. Liderazgo en ventas 8.3. Perspectivas situacionales de liderazgo en ventas 8.4. Funciones de liderazgo en ventas 8.5. Cuestiones éticas y jurídicas 8.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 8(0,1 puntos)	Clase del Tema 8
Semana 12	Tema 9. Estrategia de imitación 9.1. Introducción y objetivos 9.2. Caracterización de la estrategia de imitación 9.3. La estrategia de empresa seguidora frente a la estrategia de empresa pionera 9.4. Estrategias de imitación exitosas	Test tema 9(0,1 puntos)	Clase del Tema 9
Semana 13	Tema 10. Estrategias competitivas I 10.1. Introducción y objetivos 10.2. Bases para la elaboración de una estrategia competitiva 10.3. Tipología de estrategias competitivas 10.4. Condiciones del mercado y estrategias competitivas 10.5. Estrategias competitivas, implicaciones de marketing y resultados	Test tema 10(0,1 puntos)	Clase del Tema 10

Semana 14	Tema 11. Estrategias competitivas II 11.1. Introducción y objetivos 11.2. Tipología de estrategias competitivas de Kotler y Singh 11.3. Estrategias de líder 11.4. Estrategias de retador 11.5. Estrategias del seguidor 11.6. Estrategias de especialistas	Test tema 11(0,1 puntos)	Clase del Tema 11 Clase de Resolución de la actividad 3
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.