

Programación semanal

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

	TEMAS	ACTIVIDADES (20 puntos)
Semana 1	<p>Tema 1. Ideas de partida en la gestión de marcas</p> <p>1.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>1.2. Situación actual del mercado, consumidores y marcas</p> <p>1.3. Cambio de paradigma, de la era de la industrialización a la era digital, de las transacciones a las relaciones</p> <p>1.4. Necesidad de la gestión de la marca</p> <p>1.5. Beneficios de la gestión de la marca</p> <p>1.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 1 (0,2 puntos)</p>
Semana 2	<p>Tema 2. Conceptualización de marca</p> <p>2.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>2.2. Percepción de la marca</p> <p>2.3. Identidad de marca</p> <p>2.4. Generación de preferencia</p> <p>2.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad: Diferencia y propuesta de valor (6,2 puntos)</p> <p>Test tema 2 (0,2 puntos)</p>
Semana 3	<p>Tema 3. Estrategia de marca</p> <p>3.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>3.2. Estrategia de negocio y estrategia de marca</p> <p>3.3. Drivers de crecimiento</p> <p>3.4. <i>Panelistas</i>, encuestas y estudio de mercado</p> <p>3.5. <i>Stakeholders</i></p> <p>3.6. Propuesta de valor</p> <p>3.7. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 3 (0,2 puntos)</p>
Semana 4	<p>Tema 4. Posicionamiento, atributos, valores, personalidad y diferenciación</p> <p>4.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>4.2. Posicionamiento</p> <p>4.3. Atributos</p> <p>4.4. Valores</p> <p>4.5. Personalidad y diferenciación</p> <p>4.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 4 (0,2 puntos)</p>
Semana 5	<p>Tema 5. Identidad de marca</p> <p>5.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>5.2. Definición y creación del <i>Brand Identity</i></p> <p>5.3. Elección de las señas de identidad básicas y <i>naming</i></p> <p>5.4. Desarrollo de los diferentes niveles partiendo de la identidad definida</p> <p>5.5. Definición de colores, música, estilo visual y elementos gráficos</p> <p>5.6. Definición del tono de voz, tipografías</p> <p>5.7. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad grupal: Análisis comparativo del mercado español del vino (6 puntos)</p> <p>Test tema 5 (0,2 puntos)</p>

	TEMAS	ACTIVIDADES (20 puntos)
Semana 6	Tema 6. Experiencia de marca, herramientas de la marca 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Comunicación de la marca 6.3. Publicidad y la marca 6.4. RRPP y la marca 6.5. Promociones y la marca 6.6. Eventos y la marca 6.7. Otros 6.8. Revisión de casos prácticos de marcas con diferentes estrategias en las herramientas 6.9. Referencias bibliográficas	Actividad: Posicionamiento y atributos (6,2 puntos) Test tema 6 (0,2 puntos)
Semana 7	Tema 7. Herramientas de gestión 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Libro de marca (<i>Brand book</i>) 7.3. Manual de identidad (<i>Brand guidelines</i>) 7.4. Cuadro de mando (<i>Brand scorecard</i>) 7.5. Referencias bibliográficas	Test tema 7 (0,2 puntos)
Semana 8	Tema 8. Intangibles como elemento de innovación de la marca y su estrategia de futuro 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Intangibles de la marca 8.3. Intangibles como estrategia de futuro y ventaja competitiva 8.4. Referencias bibliográficas	Test tema 8 (0,2 puntos)
Semana 9	Semana de repaso	
Semana 9	Semana de exámenes	

NOTA

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