

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	Tema 1. Marketing y dirección comercial de la empresa 1.1. Introducción y objetivos 1.2. Marketing y creación de valor 1.3. El proceso de marketing 1.4. La nueva realidad del marketing y de la dirección comercial 1.5. Referencias bibliográficas	Huella UNIR (2,6 puntos) Test Tema 1 (0,1 puntos)	Sesión de Presentación de la asignatura Clase del Tema 1
Semana 2	Tema 2. Creación de una oferta del valor para el cliente 2.1. Introducción y objetivos 2.2. Diseño de una estrategia de marketing para crear valor 2.3. La oferta de valor 2.4. Gestión de relaciones con clientes 2.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 2 (0,1 puntos)	Clase del Tema 2
Semana 3	Tema 3. El entorno de la empresa 3.1. Introducción y objetivos 3.2. Marketing y entorno		Clase del Tema 2
Semana 4	Tema 3. El entorno de la empresa (continuación) 3.3. Microentorno de marketing 3.4. Macroentorno de marketing 3.5. Referencias bibliográficas	Entrega Actividad 1 (3 puntos) Test Tema 3 (0,1 puntos)	Clase del Tema 3 (continuación)
Semana 5	Tema 4. Comportamiento de compra: organizacional y final 4.1. Introducción y objetivos 4.2. Características del comportamiento 4.3. Proceso de decisión de compra 4.4. Factores del proceso de decisión de compra 4.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 4 (0,1 puntos)	Clase del Tema 4

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 6	<p>Tema 5. Estrategias comerciales y de marketing</p> <p>5.1. Introducción y objetivos</p> <p>5.2. La estrategia comercial para obtener valor</p> <p>5.3. Segmentación del mercado</p> <p>5.4. Diferenciación y posicionamiento</p> <p>5.5. Estrategias competitivas.</p> <p>5.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 5 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase de Resolución de la Actividad 1</p> <p>Clase del Tema 5</p>
Semana 7	<p>Tema 6. Acciones comerciales y de marketing</p> <p>6.1. Introducción y objetivos</p> <p>6.2. Gestión de los productos, servicios y marcas</p> <p>6.3. Gestión de los precios</p> <p>6.4. Gestión de la distribución</p> <p>6.5. Gestión de la comunicación</p> <p>6.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 6 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 6</p>
Semana 8	<p>Tema 7. Logística y gestión de la cadena de suministro</p> <p>7.1. Introducción y objetivos</p> <p>7.2. Optimización de la logística y la cadena de suministro</p> <p>7.3. Funciones de la logística</p> <p>7.4. Tipos de cadenas de suministro</p> <p>7.5. Decisiones integrales de la logística y de la cadena de suministro</p> <p>7.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Entrega Actividad 2 (3 puntos)</p> <p>Test Tema 7 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 7</p>
Semana 9	<p>Tema 8. Redes comerciales</p> <p>8.1. Introducción y objetivos</p> <p>8.2. Decisiones de localización de las empresas</p> <p>8.3. Decisiones de selección del canal e intermediarios</p>		<p>Sesión de Recomendación de Examen</p> <p>Clase del Tema 8</p>
Semana 10	<p>Tema 8. Redes comerciales (continuación)</p> <p>8.4. Diseño y estructura de las redes comerciales</p> <p>8.5. Comunicación en las redes comerciales</p> <p>8.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad grupal Lectura individual</p> <p>Test Tema 8 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase de Resolución de la Actividad 2</p> <p>Clase del Tema 8 (continuación)</p>

CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 11	Actividad grupal	Presentación de la Actividad Grupal
Semana 12 Tema 9. Trade marketing 9.1. Introducción y objetivos 9.2. Relaciones entre fabricantes y distribuidores 9.3. Concepto y organización del trade marketing 9.4. Funciones del trade marketing 9.5. Gestión por categorías 9.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 9 (0,1 puntos)	Clase del Tema 9
Semana 13	Entrega de Actividad Grupal (5,4 puntos)	Clase de Resolución de Actividad Grupal
Semana 14 Tema 10. Gestión de grandes cuentas 10.1. Introducción y objetivos 10.2. Necesidad de un plan estratégico para las grandes cuentas 10.3. Selección y categorización de las grandes cuentas 10.4. Gestión de la relación con las grandes cuentas 10.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 10 (0,1 puntos)	Clase del Tema 10
Semana 15	Clase de Repaso	
Semana 16	Semana de exámenes	

NOTA:

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