

Programación semanal

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

Semana	Ruta de aprendizaje				Cómo me van a evaluar esta asignatura			Experiencias en mi Portfolio
	Bloques	Qué vamos a aprender a hacer	Temas	Resolución de problemas en las clases en directo	Actividades	Proyecto	Plan de Desarrollo Personal	
Semana 1	BLOQUE 1. La comunicación comercial integral	<p>Diseñar una estrategia de comunicación comercial unificada y coherente con la imagen y objetivos de la empresa</p> <p>Coordinar las herramientas de comunicación para comunicar de una manera efectiva al público objetivo</p> <p>Examinar los factores que influyen en el entorno del comportamiento del consumidor y en la percepción de la comunicación</p>	Tema 1. Introducción a la comunicación comercial integral	<p>Presentación de la asignatura (45 min.)</p> <p>Clase 1. Problema: ¿Cómo podría implantarse una estrategia de comunicación comercial integral que ayude a establecer relaciones duraderas con los clientes y otras partes interesadas de la organización? (45 min.)</p>	Test del tema 1 (0,1 puntos)	<p>Actividad grupal. Diseñar un plan de comunicación comercial integral para tu empresa virtual (simulador CESIM)</p>	<p>Desarrolla la competencia de comunicación.</p> <p>Huella UNIR.</p> <p>Fecha de entrega: fin de asignatura. (2,7 puntos)</p>	<p>Diseñar una estrategia de comunicación comercial integrada para una empresa</p> <p>Crear estrategias de comunicación para conseguir ventajas competitivas</p>

Semana	Ruta de aprendizaje				Cómo me van a evaluar esta asignatura			Experiencias en mi Portfolio
	Bloques	Qué vamos a aprender a hacer	Temas	Resolución de problemas en las clases en directo	Actividades	Proyecto	Plan de Desarrollo Personal	
Semana 2			Tema 2. El papel de la comunicación comercial integral en el proceso de marketing	Clase 2. Problema: ¿Se puede conseguir una ventaja competitiva a través de la comunicación? (60 min.)				
Semana 3		Examinar la implantación de la operativa del CRM	Tema 2. El papel de la comunicación comercial integral en el proceso de marketing (continuación)	Clase 3. Problema: ¿Qué elementos influyen en el aprendizaje del consumidor y en la manera en la que se percibe la comunicación? (45 min.) Presentación de la Actividad 1 (15 min.)	Test del tema 2 (0,1 puntos)			
Semana 4	BLOQUE 2. El proceso de comunicación	Desarrollar estrategias de comunicación basadas en el marketing viral y <i>word of mouth</i> Analizar el proceso de respuesta del consumidor en el proceso de comunicación	Tema 3. El proceso de comunicación	Clase 4. Problema: ¿Cómo funciona el proceso de comunicación? ¿Somos capaces de decodificar todos los mensajes publicitarios que nos llegan? (45 min.)	Test del tema 3 (0,1 puntos)			Proponer estrategias de comunicación integradas para IKEA o crear una resolución de retos de comunicación comercial para grandes multinacionales como IKEA

Semana	Ruta de aprendizaje				Cómo me van a evaluar esta asignatura			Experiencias en mi Portfolio
	Bloques	Qué vamos a aprender a hacer	Temas	Resolución de problemas en las clases en directo	Actividades	Proyecto	Plan de Desarrollo Personal	
Semana 5	BLOQUE 3. Las herramientas de comunicación comercial	Tomar decisión sobre diferentes herramientas que conforman el mix de comunicaciones de una empresa: publicidad, promoción de ventas, venta personal, marketing directo y relaciones públicas	Tema 4. Publicidad	<p>Clase 5. Problema: ¿Qué diferencias existen entre las herramientas de publicidad convencional y no convencional y cómo se puede medir su eficacia? (45 min.)</p> <p>Presentación de la Actividad 2 (15 min.)</p>	<p>Test del tema 4 (0,1 puntos)</p> <p>Actividad 1 (3 puntos)</p>			Preparación Certificaciones Google: Google Ads, Google Analytics
Semana 6		Monitorizar las estrategias de comunicación para evaluar su eficacia y el grado de cumplimiento de los objetivos propuestos	Tema 5. Promoción de ventas	<p>Clase 6. Problema: ¿Cómo puede ayudar la promoción de ventas en los objetivos empresariales? (60 min.)</p>				
Semana 7			Tema 5. Promoción de ventas (continuación)	<p>Clase 7. Problema: ¿Qué herramientas de promoción de ventas son más adecuadas en función del receptor al que se dirigen? (45 min.)</p> <p>Resolución de la Actividad 1 (45 min.)</p>	<p>Test del tema 5 (0,1 puntos)</p> <p>Actividad 2 (3 puntos)</p>			

Semana	Ruta de aprendizaje				Cómo me van a evaluar esta asignatura			Experiencias en mi Portfolio
	Bloques	Qué vamos a aprender a hacer	Temas	Resolución de problemas en las clases en directo	Actividades	Proyecto	Plan de Desarrollo Personal	
Semana 8			Tema 6. Marketing directo	<p>Clase 8. Problema: ¿Qué beneficios ofrece el uso del marketing directo a las organizaciones y a los consumidores? ¿Qué herramientas se pueden utilizar? (60 min.)</p>	Test del tema 6 (0,1 puntos)			
Semana 9			Tema 7. Venta personal	<p>Clase 9. Problema: ¿Cómo se puede plantear con éxito una estrategia de venta personal? (60 min.)</p> <p>Resolución de la Actividad 2 (45 min.)</p>				
Semana 10				<p>Clase 10. Problema: ¿Cómo diseñar un plan de comunicación comercial integral para una empresa que comercializa teléfonos móviles en dos mercados diferentes?</p> <p>Presentación de la Actividad grupal (90 min.)</p>				Experiencia con el uso de simuladores de negocio CESIM

Semana	Ruta de aprendizaje				Cómo me van a evaluar esta asignatura			Experiencias en mi Portfolio
	Bloques	Qué vamos a aprender a hacer	Temas	Resolución de problemas en las clases en directo	Actividades	Proyecto	Plan de Desarrollo Personal	
Semana 11			Tema 7. Venta personal (continuación)	<p>Clase 11. Problema: ¿Cuáles son los principales determinantes del rendimiento del personal de ventas? (45 min.)</p> <p>Sesión de recomendación de examen (45 min.)</p>	Test del tema 7 (0,1 puntos)			
Semana 12				<p>Clase 12. Problema: ¿Qué herramientas de comunicación son más convenientes de utilizar atendiendo a la situación en la que se encuentra la empresa?</p> <p>Resolución de la actividad grupal (90 min.)</p>	Actividad grupal (5,4 puntos)			<p>Diseñar un plan de comunicación comercial integral</p> <p>Desarrollar estrategias creativas de ejecución de un mensaje de comunicación</p>
Semana 13		Analizar los diferentes elementos de la privacidad del consumidor y las implicaciones derivadas de las nuevas tecnologías	Tema 8. Relaciones públicas	<p>Clase 13. Problema: ¿Qué herramientas de relaciones públicas se pueden utilizar atendiendo los diferentes grupos al que se dirigen? (60 min.)</p>	Test del tema 8 (0,1 puntos)			

Semana 14	BLOQUE 4. El plan de comunicación comercial integral	Crear un plan de comunicación comercial integral	Tema 9. El plan de comunicación comercial integral	Clase 14. Problema: ¿Cómo se puede ejecutar y evaluar un plan de comunicación comercial integral? (60 min.)	Test del tema 9 (0,1 puntos)			
Semana 15		Desarrollar estrategias creativas como parte del plan de comunicación comercial integral		Clase 15. Clase de repaso (60 min.)				
Semana 16		Ejecutar y evaluar un plan de comunicación comercial integral	Semana de exámenes					

NOTA

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