

Programación semanal

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

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (10 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	<p>Tema 1. Introducción al marketing</p> <p>1.1. Introducción y objetivos 1.2. Naturaleza y alcance del marketing 1.3. El proceso de marketing 1.4. El marketing de la empresa 1.5. Marketing estratégico y operativo</p> <p>Tema 2. El comportamiento de compra del consumidor</p> <p>2.1. Introducción y objetivos 2.2. Características del comportamiento del consumidor 2.3. Proceso de decisión de compra 2.4. Factores del proceso de decisión de compra</p>	<p>Asistencia a 1 clase en directo a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,3 puntos)</p> <p>Test tema 1 (0,1 puntos)</p> <p>Test tema 2 (0,1 puntos)</p>	<p>Presentación de la asignatura y clase del tema 1 y 2</p>
Semana 2	<p>Tema 3. El sistema de información y la investigación comercial</p> <p>3.1. Introducción y objetivos 3.2. Sistemas de información en marketing 3.3. Fuentes de información en marketing 3.4. Naturaleza y alcance de la investigación comercial 3.5. Proceso de la investigación comercial 3.6. Técnicas de obtención de información</p> <p>Tema 4. Estrategias de marketing, segmentación y posicionamiento</p> <p>4.1. Introducción y objetivos 4.2. Conceptos, niveles y procesos de segmentación de mercados 4.3. Criterios de segmentación de mercados 4.4. Métodos y técnicas de segmentación de mercados 4.5. Estrategias de segmentación 4.6. Posicionamiento</p>	<p>Test tema 3 (0,1 puntos)</p> <p>Test tema 4 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 3 y 4</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (10 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 3	<p>Tema 5. Marca: gestión y estrategias</p> <p>5.1. Introducción 5.2. Situación actual del mercado, consumidores y marcas 5.3. Cambio de paradigma, de la era de la industrialización a la era digital, de las transacciones a las relaciones 5.4. Necesidad de la gestión de la marca 5.5. Beneficios de la gestión de la marca</p> <p>Tema 6. Programa de marketing mix</p> <p>6.1. Introducción y objetivos 6.2. Producto 6.3. Precio 6.4. Distribución 6.5. Comunicación</p>	<p>Test tema 5 (0,1 puntos)</p> <p>Test tema 6 (0,1 puntos)</p>	Clase del tema 5 y 6
Semana 4	<p>Tema 7. El marketing y las nuevas tecnologías</p> <p>7.1. Introducción y objetivos 7.2. Marketing online vs. marketing tradicional 7.3. Ecosistema digital 7.4. La web y sus características 7.5. Uso comercial de la web</p>	<p>Test tema 7 (0,1 puntos)</p> <p>Entrega del Test Final (3)</p> <p>Entrega de la Actividad: Reflexiona sobre lo aprendido (6 puntos)</p>	Clase del tema 7 y repaso

NOTA

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