

Programación semanal

Para conocer la fecha de entrega de las distintas actividades accede a la sección **Actividades** (en el menú lateral). Recuerda que la suma de las puntuaciones de todas las actividades es de 15 puntos. Puedes hacer las que prefieras hasta conseguir un máximo de 10 puntos (que es la calificación máxima que se puede obtener en la evaluación continua).

	Contenido teórico	Actividades (8.3 puntos)	Eventos (4.2 puntos)	Laboratorios (2.5 puntos)
Semana 1	<p>Tema 1. Introducción a Marketing</p> <p>1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Concepto de marketing 1.3. Naturaleza y ámbito del marketing 1.4. Comprensión del mercado y de las necesidades del cliente 1.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales a lo largo de la asignatura (0,5 puntos cada una)</p> <p>Trabajo: Caso de estudio sobre la detección de sexo durante el embarazo (1.8 puntos)</p>	Test Tema 1 (0.2 puntos)	
Semana 2	<p>Tema 2. El mercado</p> <p>2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Concepto de mercado 2.3. Tipología de mercado y características 2.4. Mercados de consumidores y mercados de empresas 2.5. Mercados y la competencia. Análisis DAFO 2.6. Referencias bibliográficas</p>		Test Tema 2 (0.2 puntos)	Laboratorio: Análisis de la competencia y DAFO (2.5 puntos)
Semana 3	<p>Tema 3. La empresa y su comportamiento como compradora. La demanda</p> <p>3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.4. Características del comportamiento de compra de las organizaciones 3.5. Participantes en el proceso de compra empresarial 3.6. El proceso de compra de la empresa 3.7. La demanda: concepto, factores y análisis para la toma de decisiones 3.8. Referencias bibliográficas</p>		Test Tema 3 (0.2 puntos)	
Semana 4	<p>Tema 4. El comportamiento del consumidor</p> <p>4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. El marketing y el comportamiento del consumidor 4.3. Factores que afectan al comportamiento del consumidor 4.4. El proceso de decisión de compra 4.5. Referencias bibliográficas</p>		Test Tema 4 (0.2 puntos)	

	Contenido teórico	Actividades (8.3 puntos)	Eventos (4.2 puntos)	Laboratorios (2.5 puntos)
Semana 5	<p>Tema 5. El sistema de información de marketing y la investigación de mercados</p> <p>5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Sistema de información de marketing 5.3. Concepto y aplicaciones de la investigación comercial 5.4. Proceso de la investigación comercial 5.5. Recogida de información 5.6. Referencias bibliográficas</p>		<p>Test Tema 5 (0.2 puntos)</p> <p>Foro: Investigación comercial a través de redes sociales. (2.0 puntos)</p>	
Semana 6	<p>Tema 6. Marketing estratégico</p> <p>6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Concepto de marketing estratégico 6.3. Concepto de segmentación de mercados 6.4. Criterios para segmentación de mercados de consumidores y organizaciones</p>			
Semana 7	<p>Tema 6. Marketing estratégico (continuación)</p> <p>6.5. Elección de los segmentos objetivos del mercado 6.6. Diferenciación y posicionamiento 6.7. Referencias bibliográficas</p>	<p>Trabajo: Caso práctico sobre segmentación de mercados. (1.8 puntos)</p>	<p>Test Tema 6 (0.2 puntos)</p>	
Semana 8	<p>Tema 7. El producto</p> <p>7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Concepto, clasificación y características de los productos 7.3. La marca 7.4. Ciclo de vida del producto 7.5. Cartera de productos y nuevos productos 7.6. Referencias bibliográficas</p>		<p>Test Tema 7 (0.2 puntos)</p>	
Semana 9	Semana de repaso			
Semana 10	<p>Tema 8. El precio</p> <p>8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Concepto y utilidad del precio 8.3. Factores para la determinación del precio 8.4. Fijación de precio 8.5. Estrategia de precio 8.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Trabajo: Plan de marketing producto y precio (1.8 puntos)</p>	<p>Test Tema 8 (0.2 puntos)</p>	

	Contenido teórico	Actividades (8.3 puntos)	Eventos (4.2 puntos)	Laboratorios (2.5 puntos)
Semana 11	Tema 9. La distribución 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. Concepto y funciones de la distribución comercial. El canal de distribución 9.3. Selección, diseño y estructura del canal de distribución 9.4. Selección de intermediarios y puntos de venta 9.5. Referencias bibliográfica		Test Tema 9 (0.2 puntos)	
Semana 12	Tema 10. Comunicación de marketing integral 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. Concepto y funciones de la comunicación 10.3. Proceso de la comunicación		Test Tema 10 (0.2 puntos)	
Semana 13	Tema 10. Comunicación de marketing integral (continuación) 10.4. Herramientas del mix de comunicación 10.5. Objetivos y estrategias del marketing integrado 10.6. Referencias bibliográfica	Trabajo: Plan de marketing, distribución y comunicación (1.9 puntos)		
Semana 14	Tema 11. Marketing internacional 11.1. ¿Cómo estudiar este tema? 11.2. Concepto de marketing internacional 11.3. Proceso de internacionalización 11.4. Estrategia de marketing internacional 11.5. Formas de entrada en mercados internacionales 11.6. Referencias bibliográfica		Test Tema 11 (0.2 puntos)	
Semana 15	Semana de repaso			
Semana 16	Semana de exámenes			