

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 (11,25 puntos)	EVENTOS (3,75 puntos)
Semana 1	Tema 1. El Plan de marketing 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2 Planificación y gestión en marketing 1.3 Definición y contenido del plan de marketing 1.4 Desarrollo de un plan de marketing: plazos temporales y etapas 1.5 Relaciones funcionales del plan de marketing en la empresa 1.6 El plan de marketing e Internet: consideraciones previas		Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales (0,7 puntos cada una) Test tema 1 (0,15 puntos)
Semana 2	Tema 2. Análisis de la situación actual. Pasos y herramientas 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Análisis externo: entorno, mercado y competencia 2.3 Análisis interno: empresa, producto, precio, distribución y comunicación		
Semana 3	Tema 2. Análisis de la situación actual. Pasos y herramientas (continuación) 2.4 Principales herramientas de análisis 2.5 Fuentes de información básica en Internet		Test tema 2 (0,15 puntos)
Semana 4	Tema 3. Investigación en marketing 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2 Papel de la investigación en la planificación y toma de decisiones 3.3. El Sistema de Información de Marketing 3.4. Diseño de la investigación: fases y elementos		

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (11,25 puntos)	EVENTOS (3,75 puntos)
Semana 5	Tema 3. Investigación en marketing (continuación) 3.5. Investigación comercial: principales metodologías y técnicas	Trabajo 1 (2,5 puntos)	Test tema 3 (0,15 puntos)
Semana 6	Tema 4. Fijación de objetivos 4.1 ¿Cómo estudiar este tema? 4.2 Objetivos de marketing: principales características y requisitos 4.3 Tipos de objetivos 4.4 Criterios de selección		Test tema 4 (0,15 puntos)
Semana 7	Tema 5. Selección de las estrategias de marketing 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Aspectos clave: coherencia, relaciones y límites 5.3 Tipos de estrategias de marketing	Caso práctico (grupal) (6,25 puntos)	
Semana 8	Preparación del caso práctico		Asistencia a la clase de discusión en grupo (1,15 puntos)
Semana 9	Tema 5. Selección de las estrategias de marketing (continuación) 5.4. Criterios de evaluación de la estrategia		Test tema 5 (0,15 puntos)

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (11,25 puntos)	EVENTOS (3,75 puntos)
Semana 10	Resolución del caso práctico		
Semana 11	Tema 6. Desarrollo de las tácticas de marketing 6.1 ¿Cómo estudiar este tema? 6.2 Plan de acción sobre producto 6.3 Plan de acción sobre precio 6.4 Plan de acción sobre distribución 6.5 Plan de acción sobre comunicación	Trabajo 2 (2,5 puntos)	Test tema 6 (0,15 puntos)
Semana 12	Tema 7. Previsión, seguimiento y control del plan de marketing 7.1 ¿Cómo estudiar este tema? 7.2 Previsión de ventas 7.2. Presupuesto 7.3. Cronogramas y planificación temporal		
Semana 13	Tema 7. Previsión, seguimiento y control del plan de marketing (continuación) 7.4. Indicadores y ratios importantes 7.5. Control del plan		Test tema 7 (0,15 puntos)
Semana 14	Tema 8. El plan de marketing digital 8.1 ¿Cómo estudiar este tema? 8.2 Marketing <i>offline</i> y <i>online</i> : <i>blended</i> marketing 8.3 Diseño del plan de marketing digital: especificaciones		

CONTENIDO TEÓRICO		ACTIVIDADES (11,25 puntos)	EVENTOS (3,75 puntos)
Semana 15	Tema 8. El plan de marketing digital (continuación) 8.4. Análisis y control del plan de marketing digital		Test tema 8 (0,15 puntos)
Semana 16	Semana de exámenes		

NOTA

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