

Programación semanal

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

SEMANAS	TEMAS	ACTIVIDADES	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	Tema 1. Fundamentos de marketing I 1.1. Introducción y objetivos 1.2. Evolución del concepto de marketing y tendencias actuales en el marketing 1.3. Análisis del comportamiento del consumidor 1.4. Referencias bibliográficas	Asistencia a 2 clases en directo a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,25 puntos cada una) Test tema 1(0,1 puntos)	El profesor programará a lo largo del cuatrimestre las sesiones complementarias correspondientes según las necesidades de los estudiantes Presentación de la asignatura y clase del tema 1
Semana 2	Tema 2. Fundamentos de Marketing II 2.1. Introducción y objetivos 2.2. Análisis del comportamiento del consumidor II: procesos psicológicos básicos 2.3. Análisis del comportamiento del consumidor II: variables externas 2.4. Marketing mix de 4Ps y de 7Ps 2.5. Referencias bibliográficas	Test tema 2(0,1 puntos)	Clase del tema 2
Semana 3	Tema 3. La importancia del marketing en la gestión de la calidad en empresas de servicios 3.1. Introducción y objetivos 3.2. Productos versus servicios 5 3.3. El concepto de cliente: interno y externo 3.4. La detección de las necesidades de los clientes 3.5. La percepción de la calidad por los clientes: las dimensiones de la calidad en los servicios y los momentos de la verdad 3.6. La calidad del servicio emocional 3.7. Control de la calidad del servicio: la importancia del análisis de las quejas de los clientes. Métodos de recogida de quejas y estrategias para su análisis		Clase del tema 3
Semana 4	Tema 3. La importancia del marketing en la gestión de la calidad en empresas de servicios (continuación) 3.8. Proporcionando un servicio de calidad: entrenamiento en trabajo emocional a los empleados de primera línea de servicio 3.9. Referencias bibliográficas	Actividad: Desarrollo histórico del concepto de marketing(1,5 puntos) Test tema 3(0,1 puntos)	Clase del tema 3 (continuación)
Semana 5	Tema 4. Idea de empresa 4.1. Introducción y objetivos 4.2. Definición de idea de negocio 4.3. Requisitos para que la idea sea viable 4.4. ¿Cómo tener o crear ideas de negocio? Pasos para desarrollar 4.5. Análisis DAFO 4.6. Canvas 4.7. Referencias bibliográficas	Test tema 4(0,1 puntos)	Clase del tema 4
Semana 6	Tema 5. Diseño y elaboración de producto a consumidor 5.1. Introducción y objetivos 5.2. Comunicación y persuasión. El emisor persuasivo 5.3. La persuasión comercial: la publicidad 5.4. El emisor y el receptor en la publicidad: el anunciante y el público		Clase del tema 5
Semana 7	Tema 5. Diseño y elaboración de producto a consumidor (continuación) 5.5. La planificación 5.6. Elaboración del mensaje: los códigos no verbales		Clase del tema 5 (continuación)

Semana 8	Tema 5. Diseño y elaboración de producto a consumidor (continuación) 5.7. Elaboración del mensaje: los códigos verbales 5.8. Elaboración del anuncio 5.9. Referencias bibliográficas	Actividad: Análisis de un anuncio(1,6 puntos) Test tema 5(0,1 puntos)	Clase del tema 5 (continuación)
Semana 9	Tema 6. Procesos de compra, venta y negociación. Organización y gestión comercial 6.1. Introducción y objetivos 6.2. Los procesos de compra y de venta organizacional: fases 6.3. La persuasión comercial: la publicidad		Clase del tema 6
Semana 10	Tema 6. Procesos de compra, venta y negociación. Organización y gestión comercial (continuación) 6.4. La administración de la fuerza de ventas 6.5. El servicio postventa. Tratamiento de reclamaciones 6.6. Referencias bibliográficas	Actividad: Elaboración de un diálogo de una reclamación entre un cliente y un dador del servicio(1,6 puntos) Test tema 6(0,1 puntos)	Clase del tema 6 (continuación)
Semana 11	Tema 7. Medios y soportes de comunicación en marketing 7.1. Introducción y objetivos 7.2. Marketing tradicional: prensa, radio y televisión		Clase del tema 7
Semana 12	Tema 7. Medios y soportes de comunicación en marketing (continuación) 7.3. Marketing digital: canales y herramientas 7.4. Marketing digital: estrategias 7.5. Referencias bibliográficas	Test tema 7(0,1 puntos)	Clase del tema 7 (continuación) Sesión de explicación del modelo de examen
Semana 13	Tema 8. Investigación comercial e inteligencia de negocio 8.1. Introducción y objetivos 8.2. Relación entre inteligencia comercial e inteligencia de negocio 8.3. Marketing digital: canales y herramientas 8.4. Recolección de datos externos técnicos: Internet		Clase del tema 8
Semana 14	Tema 8. Investigación comercial e inteligencia de negocio (continuación) 8.5. Recolección operacional de datos externos sociométricos 8.6. Referencias bibliográficas	Test tema 8(0,1 puntos)	Clase del tema 8 (continuación)
Semana 15	Semana de repaso		Clase de repaso general de la asignatura
Semana 16	Semana de examen		

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