

## 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	<b>Tema 1. El estudio del comportamiento del consumidor</b> 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Evolución histórica del estudio del comportamiento del consumidor 1.3. El comportamiento del consumidor y el marketing 1.4. Referencias bibliográficas	Asistencia a 2clases en directo, a elegir, durante el cuatrimestre (0,1 puntos cada una)  Test Tema 1(0,1 puntos) Fecha de entrega: 09/09/2019	Presentación de la asignatura y clase del tema 1
Semana 2	<b>Tema 2. El proceso de decisión de compra del consumidor actual</b> 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Reconocimiento de la necesidad no satisfecha 2.3. Búsqueda de información  2.4. La elección del establecimiento de la marca 2.5. Evaluación de la compra y comportamiento postcompra 2.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 2(0,1 puntos) Fecha de entrega: 09/09/2019	Clase del tema 2
Semana 3	<b>Tema 3. Factores psicológicos que afectan al comportamiento del consumidor</b> 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. La necesidad y la motivación 3.3. La percepción y el marketing 3.4. El aprendizaje 3.5. Las actitudes 3.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 3(0,1 puntos) Fecha de entrega: 09/09/2019	Clase del tema 3
Semana 4	<b>Tema 4. Factores personales que afectan al comportamiento del consumidor</b> 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Etapas del ciclo de vida y ocupación 4.3. La personalidad 4.4. Estilos de vida 4.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 4(0,1 puntos) Fecha de entrega: 09/09/2019	Clase del tema 4
Semana 5	<b>Tema 5. Factores culturales que afectan al comportamiento del consumidor</b> 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Concepto de <i>cultura</i> 5.3. Características de la cultura 5.4. Los valores culturales 5.5. Subculturas 5.6. Importancia para el marketing	Test Tema 5(0,1 puntos) Fecha de entrega: 09/09/2019	Clase del tema 5
Semana 6	<b>Tema 6. Factores sociales que afectan al comportamiento del consumidor</b> 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Los estratos sociales 6.3. Los grupos sociales 6.4. La influencia de la familia y los roles dentro de ella 6.5. Referencias bibliográficas	Actividad: El caso de AXE(1,4 puntos) Fecha de entrega: 09/09/2019  Test Tema 6(0,1 puntos) Fecha de entrega: 09/09/2019	Clase del tema 6 y presentación de la actividad El caso de AXE

<b>Semana 7</b>	<p><b>Tema 7. Consumer insight</b></p> <p>7.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>7.2. Significado del término</p> <p>7.3. Categorización de los consumer insights</p> <p>7.4. Utilidad de los insights</p> <p>7.5. Técnicas para la identificación de insights</p> <p>7.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad: Identificación de insights(1,4 puntos)</p> <p>Fecha de entrega: 09/09/2019</p> <p>Test Tema 7(0,1 puntos)</p> <p>Fecha de entrega: 09/09/2019</p>	<p>Clase del tema 7 y presentación de la actividad Identificación de insights</p>
<b>Semana 8</b>	<b>Semana de repaso</b>		
<b>Semana 9</b>	<b>Semana de repaso</b>		<p>Clase de resolución de la actividad El Caso de AXE</p>
<b>Semana 10</b>	<p><b>Tema 8. Detección de insights con técnicas de neuromarketing</b></p> <p>8.1. ¿Cómo estudiar este tema</p> <p>8.2. ¿Qué es el neuromarketing?</p> <p>8.3. Tendencias actuales en el ámbito del neuromarketing</p> <p>8.4. Herramientas de medición</p> <p>8.5. Códigos éticos de investigación en neuromarketing</p> <p>8.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 8(0,1 puntos)</p> <p>Fecha de entrega: 09/09/2019</p>	<p>Clase del tema 8</p> <p>Clase de resolución de la actividad Identificación de insights</p>
<b>Semana 11</b>	<p><b>Tema 9. El marketing experiencial y el marketing sensorial</b></p> <p>9.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>9.2. El marketing experiencial</p> <p>9.3. El marketing sensorial</p>	<p>Actividad grupal: Identificación de estrategias de marketing sensorial(2 puntos)</p> <p>Fecha de entrega: 09/09/2019</p>	<p>Clase tema 9 y presentación de la actividad grupal Identificación de estrategias de marketing sensorial</p>
<b>Semana 12</b>	<p><b>Tema 9. El marketing experiencial y el marketing sensorial (continuación)</b></p> <p>9.4. La construcción de una marca multisensorial</p> <p>9.5. Principales limitaciones del uso de estrategias sensoriales</p> <p>9.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 9(0,1 puntos)</p> <p>Fecha de entrega: 09/09/2019</p>	<p>Clase del tema 9 y Sesión de explicación del modelo de examen</p>
<b>Semana 13</b>	<p><b>Tema 10. El comportamiento del consumidor online</b></p> <p>10.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>10.2. Modelos de ecommerce</p> <p>10.3. Proceso de compra del consumidor online</p> <p>10.4. Tendencias en el ámbito de los ecommerce</p> <p>10.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 10(0,1 puntos)</p> <p>Fecha de entrega: 09/09/2019</p>	<p>Clase del tema 10</p>
<b>Semana 14</b>			<p>Clase para presentar las conclusiones de la actividad grupal Identificación de estrategias de marketing sensorial</p>
<b>Semana 15</b>	Semana de repaso		
<b>Semana 16</b>	Semana de exámenes		

