

## 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<br>(10 puntos)   |
|----------|--|--|
| Semana 1 | <b>Semana de introducción a la asignatura</b>  |  |
| Semana 2 | <b>Tema 1. ¿Qué es marketing?</b><br>1.1. Presentación<br>1.2. ¿Qué es marketing?<br>1.3. Variables del mix<br>1.4. Utilidad<br>1.5. La influencia del entorno   | Investigación:<br>Historia y evolución del marketing<br>(2,2 puntos) |
| Semana 3 | <b>Tema 1. ¿Qué es marketing? (continuación)</b><br>1.6. Determinantes del marketing<br>1.7. Evolución del marketing<br>1.8. Marketing de servicios<br>1.9. Marketing industrial<br>1.10. Referencias bibliográficas                       |  |
| Semana 4 | <b>Tema 2. Marketing estratégico</b><br>2.1. Presentación<br>2.2. Marketing estratégico<br>2.3. Dirección estratégica<br>2.4. Análisis competitivo   | Plan estratégico:<br>Salón de belleza<br>(2,8 puntos)                |
| Semana 5 | <b>Tema 2. Marketing estratégico (continuación)</b><br>2.5. Departamento de marketing como estrategia<br>2.6. Comportamiento del consumidor y motivaciones de compra<br>2.7. Componentes y etapas de la planificación estratégica          |  |
| Semana 6 | <b>Tema 3. Investigación de mercado</b><br>3.1. Presentación<br>3.2. La investigación de mercados<br>3.3. El planteamiento de la investigación<br>3.4. Recogida de información   | Mapa conceptual:<br>Investigación de mercados<br>(2,8 puntos)        |
| Semana 7 | <b>Tema 3. Investigación de mercado (continuación)</b><br>3.5. Investigación en el lanzamiento de un producto<br>3.6. Otras fuentes de investigación del mercado<br>3.7. Investigación de mercado e Internet<br>3.8. Investigación y ética |  |

|           | CONTENIDO TEÓRICO  | ACTIVIDADES<br>(10 puntos)  |
|-----------|--|---|
| Semana 8  | <b>Tema 4. Productos y precios</b><br>4.1. Presentación<br>4.2. Producto<br>4.3. Política de marca<br>4.4. Cartera de productos<br>4.5. Desarrollo de productos  | Foro:<br>Metodologías para la fijación de precios<br>(2,2 puntos) |
| Semana 9  | <b>Tema 4. Productos y precios (continuación)</b><br>4.6. Posicionamiento de productos<br>4.7. Ciclo de vida del producto<br>4.8. Política de precios<br>4.9. Estrategia de precios  |   |
| Semana 10 | <b>Tema 5. Comunicación mix de marketing</b><br>5.1. Presentación<br>5.2. La comunicación integrada y la comunicación 360º<br>5.3. Principios de comunicación<br>5.4. Objetivos de la comunicación<br>5.5. La publicidad<br>5.6. El marketing directo  | Plan estratégico:<br>Salón de belleza<br>(2 puntos)               |
| Semana 11 | <b>Tema 5. Comunicación mix de marketing (continuación)</b><br>5.7. La promoción de ventas<br>5.8. Las relaciones públicas<br>5.9. Patrocinio y mecenazgo<br>5.10. Otros instrumentos de comunicación<br>5.11. Efectividad en la comunicación  |   |
| Semana 12 | <b>Tema 6. Desarrollo estratégico del marketing en la empresa</b><br>6.1. Presentación<br>6.2. El papel del marketing en la estrategia de la empresa<br>6.3. La sostenibilidad de la ventaja competitiva<br>6.4. Creación y cultivo de mercado<br>6.5. Creación y selección de opciones estratégicas |   |
| Semana 13 | <b>Tema 6. Desarrollo estratégico del marketing en la empresa (continuación)</b><br>6.6. Creación y cultivo de mercado<br>6.7. Creación y selección de opciones estratégicas   |   |
| Semana 14 | <b>Tema 7. Plan de marketing</b><br>7.1. Presentación<br>7.2. Plan de marketing<br>7.3. Claves de la elaboración del plan de marketing   |   |
| Semana 15 | <b>Tema 7. Plan de marketing (continuación)</b><br>7.4. Etapas del plan de marketing<br>7.5. Marketing audit   |   |
| Semana 16 | <b>Semana de repaso</b>  |   |
| Semana 17 | <b>Examen final</b>  |   |

**NOTA**

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