

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 (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	Semana de introducción y presentación de la asignatura		
Semana 2	Tema 1. Fundamentos de marketing en las organizaciones 1.1. Introducción y objetivos 1.2. Importancia del marketing en la empresa y en el sistema económico 1.3. Dimensiones filosófica, estratégica y operativa del marketing 1.4. Evolución del marketing en las organizaciones 1.5. Resumen 1.6. Referencias bibliográficas	Huella Unir: Conviértete en un estratega (4,9 puntos) Test Tema 1 (0,1 puntos)	Clase del tema 1
Semana 3	Tema 2. La dirección de marketing en las organizaciones y empresas 2.1. Introducción y objetivos 2.2. Las tareas y funciones de la dirección de marketing 2.3. Implicaciones gerenciales de la actuación del marketing 2.4. Nuevos ámbitos de actuación del marketing (ético, de responsabilidad y reputación) 2.5. Resumen 2.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 2 (0,1 puntos)	Clase del tema 2
Semana 4	Tema 3. Entorno y diseño de estrategias de marketing 3.1. Introducción y objetivos 3.2. Análisis de entorno macro, micro y propio de la empresa 3.3. Herramientas de análisis y diagnóstico del entorno en mercados domésticos e internacionales 3.4. Análisis de la competencia para la toma de decisiones en marketing 3.5. Resumen 3.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 3 (0,1 puntos)	Clase del tema 3

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 5	<p>Tema 4. Demanda y mercado</p> <p>4.1. Introducción y objetivos</p> <p>4.2. Estructura y tipos de demanda y mercado potencial</p> <p>4.3. Factores determinantes de la demanda y esfuerzo integrado de marketing</p> <p>4.4. Evolución dinámica de la demanda del mercado. Ciclos de vida del producto (CVP), de la marca (CVM) y modelos de medición y previsión</p> <p>4.5. Resumen</p> <p>4.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 4 (0,1 puntos)</p>	Clase del tema 4
Semana 6	<p>Tema 5. Comportamiento del consumidor</p> <p>5.1. Introducción y objetivos</p> <p>5.2. Necesidades, deseos y demanda</p> <p>5.3. El proceso de compra del consumidor individual y corporativo</p> <p>5.4. Modelos de comportamiento de compra individual y organizacional</p> <p>5.5. La importancia de los derechos y la política de defensa del consumidor</p> <p>5.6. Resumen</p> <p>5.7. Referencias bibliográficas</p>	<p>Entrega Actividad 1 (3 puntos)</p> <p>Test Tema 5 (0,1 puntos)</p>	Clase del tema 5
Semana 7	<p>Tema 6. Importancia de la dirección estratégica de marketing</p> <p>6.1. Introducción y objetivos</p> <p>6.2. La importancia de la dirección estratégica y operativa en marketing</p> <p>6.3. Niveles y procesos de planificación y dirección estratégica de marketing</p> <p>6.4. Análisis y diagnóstico estratégico: los modelos de matrices de cartera</p> <p>6.5. Resumen</p> <p>6.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 6 (0,1 puntos)</p>	Clase del tema 6
Semana 8	<p>Tema 7. Dirección de estrategias corporativas y de negocios</p> <p>7.1. Introducción y objetivos</p> <p>7.2. Estrategias corporativas y de negocios: desarrollo y crecimiento, de cartera y genéricas</p>		Clase del tema 7 Clase de resolución de la actividad 1

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 9	<p>Tema 7. Dirección de estrategias corporativas y de negocios (continuación)</p> <p>7.3. Estrategias competitivas, de nuevos productos y ciclos de vida del producto</p> <p>7.4. Estrategias de internacionalización y para mercados globales: el dilema estandarización vs adaptación</p> <p>7.5. Resumen</p> <p>7.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 7 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 7 (continuación)</p>
Semana 10	<p>Tema 8. Atractivo del mercado-segmento y estrategias de marketing</p> <p>8.1. Introducción y objetivos</p> <p>8.2. Valoración del atractivo mercado-segmento y estrategias de segmentación</p>	<p>Entrega Actividad 2 (3 puntos)</p>	<p>Clase del tema 8</p>
Semana 11	<p>Tema 8. Atractivo del mercado-segmento y estrategias de marketing (continuación)</p> <p>8.3. Selección del mercado-segmento, proceso y estrategia de posicionamiento</p> <p>8.4. Estrategias funcionales en marketing</p> <p>8.5. Resumen</p> <p>8.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 8 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 8 (continuación)</p>
Semana 12	<p>Tema 9. El plan y el proceso de marketing</p> <p>9.1. Introducción y objetivos</p> <p>9.2. Planes estratégico y operativo de marketing doméstico e internacional-global</p>		<p>Clase del tema 9 Clase de resolución de la actividad 2</p>
Semana 13	<p>Tema 9. El plan y el proceso de marketing (continuación)</p> <p>9.3. Proceso de planificación en marketing: fases de diseño, implantación y evaluación</p> <p>9.4. La importancia del presupuesto comercial y la temporalidad del plan</p> <p>9.5. Resumen</p> <p>9.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 9 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 9 (continuación)</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 14	<p>Tema 10. Organización, evaluación y control en marketing</p> <p>10.1. Introducción y objetivos</p> <p>10.2. Organización, ejecución e implementación del plan de marketing</p> <p>10.3. Proceso de evaluación y control en marketing</p> <p>10.4. La importancia de la auditoría en marketing</p>	<p>Entrega Actividad 3 (3 puntos)</p> <p>Test Tema 10 (0,1 puntos)</p>	Clase del tema 10
Semana 15	<p>Tema 11. Dirección de marketing en sectores y entornos específicos</p> <p>11.1. Introducción y objetivos</p> <p>11.2. Marketing sectorial: agroalimentario y ecológico, industrial y de gran consumo</p>		Clase del tema 11 Clase de resolución de la actividad 3
Semana 16	<p>Tema 11. Dirección de marketing en sectores y entornos específicos (continuación)</p> <p>11.3. Marketing en entornos específicos: digital, político, público, social y no lucrativo.</p> <p>11.4. Marketing de productos y servicios específicos</p> <p>11.5. Marketing internacional-global: estrategias y formas de entrada.</p> <p>11.6. Resumen</p>	<p>Test Tema 11 (0,1 puntos)</p>	Clase del tema 11 (continuación)
Semana 17	Semana de exámenes		

NOTA

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