



DENOMINACIÓN ASIGNATURA: Marketing. Dirección Comercial y Marketing para Empresas de Nueva Creación		
POSTGRADO: MÁSTER UNIVERSITARIO EN EN INICIATIVA EMPRENDEDORA Y CREACIÓN DE EMPRESAS	ECTS: 6	CUATRIMESTRE: 1º
Profesor/a: JULIO CERVIÑO FERNÁNDEZ		

CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA (versión detallada)								
SEMANA	SESIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA SESIÓN	GRUPO (marcar X)		Indicar espacio Necesario distinto aula (aula informática, audiovisual, etc..)	TRABAJO DEL ALUMNO DURANTE LA SEMANA		
			1	2		DESCRIPCIÓN	HORAS PRESENCIALES	HORAS TRABAJO Semana Máximo 7 H
1	1 y 2	Introducción al Marketing: Fundamentos y Conceptos	X			Lecturas sobre documentación teórica (<i>Readings</i>), juego de presentaciones en PPT y caso de estudio para la próxima semana (a desarrollar en grupo)	3	5
2	3 y 4	Análisis de las variables del macro-entorno del marketing.	X			Lecturas sobre documentación teórica (<i>Readings</i>), juego de presentaciones en PPT y caso de estudio para la próxima semana (a desarrollar en grupo)	3	6
3	5 y 6	Análisis Competitivo, matrices de análisis y formulación del DAFO	X			Lecturas sobre documentación teórica (<i>Readings</i>), juego de presentaciones en PPT y caso de estudio para la próxima semana (a desarrollar en grupo)	3	6
4	7 y 8	Investigación de Mercados I: Fuentes de información y metodologías de análisis	X			Lecturas sobre documentación teórica (<i>Readings</i>), juego de presentaciones en PPT y caso de estudio para la próxima semana (a desarrollar en grupo)	3	6



5	9 y 10	Investigación de Mercados II: Aplicación al posicionamiento de marcas y productos	X			Lecturas sobre documentación teórica (Readings), juego de presentaciones en PPT y caso de estudio para la próxima semana (a desarrollar en grupo)	3	6
6	11 y 12	Comportamiento del consumidor (consumidor individual e industrial)	X			Lecturas sobre documentación teórica (Readings), juego de presentaciones en PPT y caso de estudio para la próxima semana (a desarrollar en grupo)	3	5
7	13 y 14	Segmentación de Mercados y Posicionamiento	X			Lecturas sobre documentación teórica (Readings), juego de presentaciones en PPT y caso de estudio para la próxima semana (a desarrollar en grupo)	3	6
8	15 y 16	Marketing Digital I – posicionamiento en web y métricas de valoración	X			Lecturas sobre documentación de marketing digital. Seminario de discusión en aula.	3	5
9	17 y 18	Marketing Digital II - ecommerce	X			Lecturas sobre documentación de marketing digital. Seminario de discusión en aula.	3	6
10	19 y 20	Política y decisiones de productos: Desarrollo y lanzamiento	X			Lecturas sobre documentación teórica (Readings), juego de presentaciones en PPT y caso de estudio para la próxima semana (a desarrollar en grupo)	3	6
11	21 y 22	Políticas y estrategias de marca: El branding en la empresa de nueva creación	X			Lecturas sobre documentación teórica (Readings), juego de presentaciones en PPT y caso de estudio para la próxima semana (a desarrollar en grupo)	3	6



12	23 y 24	Decisiones de distribución y precios	X			Lecturas sobre documentación teórica (Readings), juego de presentaciones en PPT y caso de estudio para la próxima semana (a desarrollar en grupo)	3	6
13	25 y 26	El mix de comunicación para el posicionamiento de los productos/servicios en el mercado	X			Lecturas sobre documentación teórica (Readings), juego de presentaciones en PPT y realización del caso de estudio.	3	6
14	27 y 28	El plan de marketing: Recapitulación y estructura final del plan de marketing (plan, control y estimaciones económicas)	X			Recapitulación y resumen de sesiones anteriores. Esquema final del Plan de Marketing. Decisiones de Control, Marketing Audit y estimaciones económicas.	3	5
15 y 16		Entregas, presentaciones y evaluación	X			Preparación del examen y demás entregas	3	25
TOTAL HORAS: 150							45	105