Universidad Carlos III de Madrid
www.uc3m.es

DENOMINACIÓN ASIGNATURA: MARKETING		
GRADOS: ADMINISTRACION DE EMPRESAS, DERECHO Y ADE, INFORMATICA Y ADE, ESTUDIOS INTERNACIONALES Y ADE	CURSO: 3º	CUATRIMESTRE: 1

PLANIFICACIÓN SEMANAL DE LA ASIGNATURA

SEMANA	SESIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA SESIÓN	GRUPO (marcar X)		Indicar espacio distinto de aula (aula informática, audiovisual, etc.)	TRABAJO SEMANAL DEL ALUMNO		
			GRANDE	PEQUEÑO		DESCRIPCIÓN	HORAS PRESENCIALES	HORAS TRABAJO (Max. 7h semana)
1	1	PRESENTACION DEL CURSO. TEMA 1. INTRODUCCION AL MARKETING	X			Revisar la documentación de la asignatura. Leer el material de referencia.	1,5	2
1	2	CLASE PRÁCTICA: ¿QUE ES MARKETING?		X		Caso práctico.	1,5	
2	3	TEMA 2. INVESTIGACION DE MERCADOS I	X			Leer materiales de referencia.	1,5	2
2	4	PROYECTO DE INVESTIGACION DE MARKETING I				Definición del problema de marketing	1,5	
3	5	TEMA 2. INVESTIGACION DE MERCADOS I	X			Leer materiales de referencia.	1,5	3
3	6	PROYECTO DE INVESTIGACION DE MARKETING I				Desarrollo de la investigación cualitativa	1,5	
4	7	TEMA 3. INVESTIGACION DE MERCADOS II	X			Leer materiales de referencia.	1,5	5
4	8	PROYECTO DE INVESTIGACION DE MARKETING				Desarrollo de la investigación cualitativa	1,5	
5	9	TEMA 3. INVESTIGACION DE MERCADOS II	X			Leer materiales de referencia.	1,5	5
5	10	PROYECTO DE INVESTIGACION DE MARKETING				Desarrollo de la investigación cuantitativa	1,5	

6	11	TEMA 3. INVESTIGACION DE MERCADOS II	X			Leer materiales de referencia.	1,5	5
6	12	PROYECTO DE INVESTIGACION DE MARKETING				Desarrollo de la investigación cuantitativa	1,5	
7	13	TEMA 4. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	X			Leer materiales de referencia.	1,5	10
7	14	EXAMEN PARCIAL 1: TEMAS 1- 3		X			1,5	
8	15	TEMA 4. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	X			Leer materiales de referencia.	1,5	5
8	16	PROYECTO DE INVESTIGACION DE MARKETING				Desarrollo del proyecto- Análisis de resultados	1,5	
9	17	TEMA 5. METRICAS Y MODELOS	X			Leer materiales de referencia.	1,5	5
9	18	CASOS/EJERCICIOS				Resolución de casos y ejercicios propuestos	1,5	
10	19	TEMA 5. METRICAS Y MODELOS	X			Leer materiales de referencia.	1,5	2
10	20	PROYECTO DE INVESTIGACION DE MARKETING				Definición de la estrategia a seguir	1,5	
11	21	TEMA 5. METRICAS Y MODELOS	X			Leer materiales de referencia.	1,5	10
11	22	EXAMEN PARCIAL 2: TEMAS 1-5		X			1,5	
12	23	TEMA 6. ESTRATEGIAS DE MARKETING	X			Leer materiales de referencia.	1,5	2
12	24	CASOS/EJERCICIOS				Resolución de casos y ejercicio propuestos	1,5	
13	25	TEMA 6. ESTRATEGIAS DE MARKETING	X			Leer materiales de referencia.	1,5	2
13	26	CASOS/EJERCICIOS		X		Resolución de casos y ejercicio propuestos	1,5	
14	27	TEMA 6. ESTRATEGIAS DE MARKETING	X			Leer materiales de referencia.	1,5	10
14	28	EXAMEN PARCIAL 3: TEMAS 1-6		X			1,5	
						Subtotal 1	**42**	**68**
		Total 1 *(Horas presenciales y de trabajo del alumno entre las semanas 1-14)*					**110**	

15		Recuperaciones, tutorías, entrega de trabajos, etc		X			40	
16		Preparación de evaluación y evaluación	X				0	0
17								
18								
						Subtotal 2	**0**	**0**
		Total 2 *(Horas presenciales y de trabajo del alumno entre las semanas 15-18)*					**40**	

TOTAL *(Total 1 + Total 2)*	**150**