



DENOMINACIÓN ASIGNATURA: MARKETING			
GRADO: GRADO DE ESTADÍSTICA Y EMPRESA	CURSO:2	CUATRIMESTRE:2	

PLANIFICACIÓN SEMANAL DE LA ASIGNATURA								
SE- MA- NA	SE- SIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA SESIÓN	GRUPO (Marcar X)		Indicar espacio necesario distinto aula (aula inform, audiovisual etc..)	TRABAJO DEL ALUMNO DURANTE LA SEMANA		
			GRAN- DE	PE- QUE- ÑO		DESCRIPCIÓN	HORAS PRESEN- CIALES	HORAS TRABJO Semana Máximo 7 H
1	1	<p>Presentación del Curso: Explicación del programa, desarrollo de la asignatura, métodos docentes (casos, ejercicios, clases magistrales) y sistema de evaluación (presentación de ejercicios/casos en público, participación en clase, tests y exposición de un trabajo final)</p> <p>Tema 1 El proceso de marketing: Marketing Estratégico y Operativo</p> <p>Necesidad de información para la toma de decisiones</p>				Revisar la documentación de la asignatura. Leer materiales de referencia para el primer Tema.	1,5	
1	2	<p>Sesión práctica: Visionado de video. Análisis y DISCUSIÓN.</p>				Visionado del video y relacionarlo con los principales aspecto estratégicos y operativos del Marketing; analizado en la sesión anterior. Redacción y entrega de forma individual de las conclusiones del análisis realizado en clase.	1,5	

2	3	Tema 2: El Mercado y su Entorno				Leer materiales de referencia para este tema.	1,5	
2	4	Sesión práctica: DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 2				Presentaciones en grupo. Lectura materiales, preparación del caso	1,5	
3	5	Tema 3. El entorno del marketing: Análisis del micro entorno. Análisis Competitivo de la empresa				Leer materiales de referencia para este tema.	1,5	
3	6	Sesión práctica: DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 3 Información sobre Proyecto de Plan de Marketing				Presentaciones en grupo de casos Lectura de material. Reflexión sobre proyecto del estudiante.	1,5	
4	7	Tema 4. La investigación de mercado en el marketing				Leer materiales de referencia para este tema	1,5	
4	8	Sesión práctica: DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 4				Presentaciones en equipo; Lectura de materiales.	1,5	
5	9	Tema 5. El comportamiento del consumidor				Lecturas: – El Consumidor del Siglo XXI: Tendencias y Comportamientos. – Como Seducir hoy a un Comprador Exigente.	1,5	
5	10	Primera presentación: Análisis del mercado y producto a				Resolución de ejercicios, trabajos, casos y	1,5	

		investigar para el Plan de Marketing				proyectos asignados		
6	11	Tema 6. Estrategia de Segmentación de mercados.				Leer materiales de referencia para este tema	1,5	
6	12	Sesión práctica: DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 5				Presentaciones en grupo. Lectura materiales, preparación del caso	1,5	
7	13	Tema 7. Estrategias y políticas de posicionamiento.				Lecturas: – Positioning & Branding Strategies. Fundamentos para una gestión de marca Orientada al Cliente.	1,5	
7	14	Segunda presentación: Análisis de la Competencia dentro del Plan de Marketing.				Presentaciones en equipos de trabajo. Resolución de ejercicios, trabajos, casos y proyectos asignados	1,5	
8	15	Tema 8. El Plan de Marketing				Leer materiales de referencia para este tema	1,5	
8	16	Tercera presentación: Decisiones de Segmentación y posicionamiento dentro del Plan de Marketing de la empresa a analizar.				Presentaciones en equipos de trabajo. Resolución de ejercicios, trabajos, casos y proyectos asignados	1,5	
9	17	Tema 9. Marketing Mix: Estrategias y políticas de producto y marcas.				Leer materiales de referencia para este tema	1,5	

9	18	EXAMEN TEST PARCIAL (TEMA 1 HASTA TEMA 8)				Resolución de ejercicios, sobre los distintos temas vistos en clases.	1,5	
10	19	Tema 10. Política de precio.				Leer materiales de referencia para este tema	1,5	
10	20	Sesión práctica: DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 6				Presentaciones en equipos de trabajo	1,5	
11	21	Tema 11. Política de comunicación.				Leer materiales de referencia para este tema	1,5	
11	22	Sesión práctica: DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 7				Presentaciones en equipos de trabajo. Lecturas de materiales, análisis de los distintos trabajos presentados en clase.	1,5	
12	23	Tema 12. La distribución Comercial.				Leer materiales de referencia para este tema	1,5	
12	24	Sesión práctica: DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 8				Presentaciones en equipos de casos y trabajos.	1,5	
13	25	Tema 13. Marketing Digital.				Lecturas: – Marketing en 160 Caracteres.	1,5	

13	26	Sesión práctica: Preparación para la presentación y defensa del Plan de Marketing - Proyecto fin de semestre				Presentaciones en equipos de casos y trabajos.	1,5	
14	27	Presentación Final: Presentación Plan de Marketing por grupos de alumnos. Informe ejecutivo a la dirección de la empresa.				Presentaciones en equipos del Plan de Marketing.	1,5	
14	28	Presentación Final: Presentación Plan de Marketing por grupos de alumnos. Informe ejecutivo a la dirección de la empresa.				Presentaciones en equipos del Plan de Marketing.	1,5	
SUBTOTAL							42	+ 68 = 110
15		Recuperaciones, tutorías, entrega de trabajos, etc						
16-18		Preparación de evaluación y evaluación					3	
TOTAL							150	