



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

CRONOGRAMA 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	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) Tema 1 El proceso de marketing: Marketing Estratégico y Operativo Necesidad de información para la toma de decisiones.	X			Revisar la documentación de la asignatura. Leer materiales de referencia para el primer tema.	1	
1	2	<b>Sesión práctica:</b> DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 1		X		Lectura materiales, preparación del caso.	1	
2	3	Tema 2: Gestión de relaciones rentables a largo plazo con los clientes	X			Leer materiales de referencia para este tema.	1	
2	4	<b>Sesión práctica:</b> DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 2		X		Lectura materiales, preparación del caso	1	

3	5	Tema 3. El entorno del marketing: Análisis de los entornos externos a la empresa	X			Leer materiales de referencia para este tema.	1	
3	6	<b>Sesión práctica:</b> DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 3 <b>Información sobre Proyecto de Plan de Marketing</b>		X		Lectura materiales, preparación del caso Reflexión sobre proyecto del estudiante	1	
4	7	Tema 4. La investigación de mercado en el marketing	X			Leer materiales de referencia para este tema	1	
4	8	<b>Sesión práctica:</b> DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 4		X		Lectura materiales, preparación del caso	1	
5	9	Tema 5. El comportamiento del consumidor	X			Leer materiales de referencia para este tema	1	
5	10	<b>Primera presentación: Análisis del mercado y producto a investigar para el Plan de Marketing</b>		X		Resolución de ejercicios, trabajos, casos y proyectos asignados	1	
6	11	Tema 6. La segmentación de mercados: productos de consumo y productos industriales	X			Leer materiales de referencia para este tema	1	
6	12	<b>Sesión práctica:</b> DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 5		X		Lectura materiales, preparación del caso	1	

7	13	Tema 7. Estrategias y políticas de posicionamiento.	X			Leer materiales de referencia para este tema	1
7	14	<b><i>Segunda presentación: Análisis de la Competencia dentro del Plan de Marketing.</i></b>		X		Resolución de ejercicios, trabajos, casos y proyectos asignados	1
8	15	Tema 8. El Marketig mix: política de producto	X			Leer materiales de referencia para este tema	1
8	16	<b><i>Tercera presentación: Decisiones de Segmentación y posicionamiento dentro del Plan de Marketing de la empresa a analizar.</i></b>		X		Resolución de ejercicios, trabajos, casos y proyectos asignados	1
9	17	Tema 9. Marketing Mix: Estrategias y políticas de marcas – el branding	X			Leer materiales de referencia para este tema	1
9	18	EXAMEN TEST PARCIAL (TEMA 1 HASTA TEMA 7)		X		Resolución de ejercicios, trabajos, casos y proyectos asignados	1,5
10	19	Tema 10. Decisiones sobre canales de distribución	X			Leer materiales de referencia para este tema	1
10	20	<b><i>Sesión práctica: DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 6</i></b>		X		Lectura materiales, preparación del caso	1

11	21	Tema 11. Política de precios	X			Leer materiales de referencia para este tema	1
11	22	<b>Sesión práctica:</b> DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 7		X		Lectura materiales, preparación del caso	1
12	23	Tema 12. La Comunicación y promoción comercial	X			Leer materiales de referencia para este tema	1
12	24	<b>Sesión práctica:</b> DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 8		X		Lectura materiales, preparación del caso	1
13	25	Tema 13. Plan de Marketing y auditoría de marketing.	X			Leer materiales de referencia para este tema	1
13	26	Sesión práctica: Preparación para la presentación y defensa del Plan de Marketing - Proyecto fin de semestre		X		Lectura materiales, preparación del caso	1
14	27	<b>Presentación Final: Presentación Plan de Marketing por grupos de alumnos. Informe ejecutivo a la dirección de la empresa.</b>		X		Lectura materiales, preparación del caso	1
14	28	<b>Presentación Final: Presentación Plan de Marketing por grupos de alumnos. Informe ejecutivo a la dirección de la empresa.</b>		X		Lectura materiales, preparación del caso	1

<b>SUBTOTAL</b>							<b>42</b>	<b>+ 68 = 110</b>
15		Recuperaciones, tutorías, entrega de trabajos, etc		X				
16-18		Preparación de evaluación y evaluación		X			3	
<b>TOTAL</b>							<b>150</b>	