



MATERIA: PRINCIPIOS DE MARKETING		
MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION	ECTS:	SEMESTRE: 2
Professors: LOLA C. DUQUE y JUAN DE RUS		

WEEK	SESSION	DESCRIPTION OF CONTENTS	Indicate special space needs	STUDENT WORK DURING THE WEEK	
				DESCRIPTION	CONTACT HOURS
1	1	Introducción al curso, dominio de marketing y conceptos clave		Lecturas: Kotler Capítulo 1 (A & B) Introducción al caso de estudio: Unilever in Brazil.	2
2	2	Estrategias en marketing (entorno y competidores)		Lecturas: Kotler Capítulo 9 (A). Capítulo 11 (B) Discusión del caso: Unilever in Brazil.	2
3	3	Segmentación y posicionamiento		Lecturas: Kotler Capítulos 10, 12 (A). Capítulo 10 (B) Discusión del caso: Clean Edge Razor.	2
4	4	Las 4 Ps: Decisiones sobre el producto, el precio, la distribución y la comunicación		Lecturas: Kotler Cap. 14, 16, 17, 20 (A). Cap. 12, 14, 15 and 17 (B) Práctica: Ejercicio sobre el uso efectivo de las 4Ps	2
5	5	Marketing de servicios	Aula Informática	Lecturas: Kotler Capítulo 11 (1st part) and 18 (A). Capítulo 13 (B) Practica con SPSS: Análisis de encuestas de satisfacción del consumidor	2
6	6	CRM		Lecturas: Kotler Capítulo 11 (2nd part) (A) ***Examen intermedio*** cubre los temas del 1-5	2
7	7	Inteligencia de marketing	Aula Informática	Lecturas: Kotler Capítulo 3 (B) Práctica SPSS: Entendiendo bigdata con "Loans Bank"	2
8	8	Plan de marketing (i)	Aula Informática	Lecturas: Kotler Capítulo 3 (A). Capítulo 2 (B) Discusión del caso: Cottle-Taylor. Plan de marketing basado en datos de producción y financieros.	2
9	9	Plan de marketing (ii)		Presentaciones: Solución de mejora al plan de marketing de Cottle-Taylor.	2
10	10	Tendencias en Marketing		Lecturas: Kotler Capítulos 20, 21 (A). Capítulo 19 and 22 (B) Discusión del caso: Benetton, 40 years timeline. Campañas y efectividad.	2
Número total de horas					20