



## DOBLE TITULACIÓ GRAU EN TURISME I GLL /GRAU EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES I GI

### 300333 - EL PLA DE MÀRQUETING

#### Informació general

- Curs acadèmic 2022/23
- Curs: Tercer
- Trimestre: Tercer
- Nombre de crèdits: 4
- Professorat:
  - Alexandra Masó Llorente [<amaso@tecnocampus.cat>](mailto:amaso@tecnocampus.cat)

#### Llengües de docència

- Català
- Castellà
- Anglès

Consulta els horaris dels diferents grups per saber l'idioma d'impartició de classes. Tot i que el material pot estar en qualsevol dels tres idiomes.

#### Presentació de l'assignatura

Aquesta assignatura està destinada a capacitar als alumnes per realitzar un pla de màrqueting. Els alumnes analitzaran l'estratègia de diferents empreses d'èxit, realitzaran casos pràctics i elaboraran el seu propi pla de màrqueting sobre una empresa real.

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiam que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.

#### Competències/Resultats d'aprenentatge

##### Bàsica

- CB2. Que els estudiants sàpiguin aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseïxin les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.
- CB3. Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seva àrea d'estudi) per a emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.

##### Específica

- CE1. Interpretar conceptes econòmics bàsics i el raonament econòmic, així com el funcionament microeconòmic i macroeconòmic.
- CE7. Elaborar projectes i propostes d'empreses innovadores.
- CE10. Reconèixer i comprendre els mecanismes d'innovació i empenedoria i desenvolupar la iniciativa empenedora mitjançant models teòrics que s'ajustin a una idea de negoci.
- CE11. Analitzar i valorar l'entorn científicotecnològic i econòmic, per buscar oportunitats innovadores i establir processos necessaris per adaptar l'organització.
-

CE12. Generar habilitats estratègiques contemplant l'entorn com un projecte.

- CE13. Crear connexions entre persones, col·laboradors i empreses posant en contacte a gent que en circumstàncies normals no coincidirien.
- CE14. Identificar els sectors emergents i les estratègies d'innovació empresarial.
- CE15. Reunir i interpretar dades per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'àmbit empresarial.

## General

- CG1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins a arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per a aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.
- CG2. Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta enfront del canvi i estar disposats a re-avaluar els vells models mentals que limiten el pensament.
- CG3. Integrar els valors de la justícia social, la igualtat entre homes i dones, la igualtat d'oportunitats per a tots i especialment per a les persones amb discapacitat, de manera que els estudis d'Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació contribueixin a formar ciutadans i ciutadanes per a una societat justa, democràtica i basada en la cultura del diàleg i de la pau.

## Transversal

- CT1. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya.
- CT2. Mostrar disposició per a conèixer noves cultures, experimentar noves metodologies i fomentar l'intercanvi internacional.
- CT3. Mostrar habilitats emprenedores de lideratge i direcció que reforcin la confiança personal i redueixin l'aversion al risc.
- CT4. Dominar les eines informàtiques i les seves principals aplicacions per a l'activitat acadèmica i professional ordinària.
- CT5. Desenvolupar tasques aplicant amb flexibilitat i creativitat els coneixements adquirits i adaptant-los a contextos i situacions noves.

No definides

## Continguts

---

### 0. Introducció Pla de Màrqueting

#### 1. Fase analítica

- 1.1. Anàlisi intern
- 1.2. Anàlisi extern macroentorn (PESTE)
- 1.3. Anàlisi externa microentorn
  - Anàlisi de competència
  - Anàlisi de consumidors
- 1.4. Diagnòstic de situació

#### 2. Fase estratègica:

- 2.1. Fixació d'Objectius
- 2.2. Estratègia de posicionament
- 2.3. Estratègia de segmentació
- 2.4. Definició cartera de productes

#### 3. Màrqueting mix.

- 3.1. Producte
- 3.2. Preu
- 3.3. Distribució
- 3.4. Promoció
- 3.5. Altres tendències del màrqueting mix

#### 4. Descripció operativa:

- 4.1. Pla d'acció
- 4.2. Elements de control del pla d'acció
  - 4.2.1. Calendari
  - 4.2.2. Pressupost i Punt d'equilibri
  - 4.2.3. Indicadors /KPIs

### Objectius de Desenvolupament Sostenible

---

No definides

### Sistema d'avaluació i qualificació

---

#### 20% Avaluació contínua

#### 50% Projecte grupal d'assignatura Universitat – Empresa :

- 35% Projecte formal descrit
- 15% Exposició de projecte

Fins a un 5% de la nota de projecte correspon a la valoració d'empresa.

#### 30% Examen final.

#### NOTES:

- nota mínima de 5 en examen per fer mitja amb l'avaluació contínua.
- nota mínima de 5 del projecte final per poder accedir a l'examen final. En el cas de suspendre'l s'accedeix directament a l'examen de recuperació, que pondera el 30% de l'assignatura.
- en cas de suspendre l'examen final, els alumnes s'hauran de presentar a recuperació i pondera el 30% de la nota final.

**Aquesta assignatura disposa de recursos metodològics i digitals per fer possible la seva continuïtat en modalitat no presencial en el cas de ser necessari per motius relacionats amb la Covid-19. D'aquesta forma s'assegurarà l'assoliment dels mateixos coneixements i competències que s'especifiquen en aquest pla docent.**

**El Tecnocampus posarà a l'abast del professorat i l'alumnat les eines digitals necessàries per poder dur a terme l'assignatura, així com guies i recomanacions que facilitin l'adaptació a la modalitat no presencial.**