

GRAU EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES I GESTIÓ DE LA INNOVACIÓ

1167 - DIRECCIÓ COMERCIAL

Informació general

- Curs acadèmic 2023/24
- Curs: Segon
- Trimestre: Primer
- Nombre de crèdits: 6
- Professorat:
 - Roberto Dopeso Fernández <rdopeso@tecnocampus.cat>
 - Jordi Mercader Sanjuan <jmercader@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 persegueix la familiarització amb els conceptes bàsics del Màrqueting, l'adquisició de coneixements bàsics per l'anàlisi de l'entorn i el mercat, el coneixement dels principals models de comportament del consumidor, i el coneixement de les principals eines de marketing de les que disposa l'empresa per comercialitzar els seus productes i serveis.

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

- B4_ Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat
- B5_ Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia

Específica

- E5_ Analitzar contextes empresarials, identificar mercats i clients i establir estratègies de màrqueting mitjançant la utilització de tècniques avançades i innovadores.

General

-

G1_Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant enfront opinions discrepans fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements

Transversal

- T1_Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dies llengües oficials a Catalunya

No definides

Continguts

1. INTRODUCCIÓ AL MÀRQUETING

- Què és el Màrqueting?
- El màrqueting i la seva gestió: El procés de màrqueting.
- Orientacions de les empreses entorn al mercat.
- El màrqueting en el context econòmic actual.

2. LA DIRECCIÓ ESTRATÈGICA I EL MÀRQUETING

- Què és un pla de màrqueting?
- Estructura del pla de màrqueting.
- Objectius financers i objectius de màrqueting.
- Creació de valor.
- Model de negoci.
- Estratègia.
- Organització.
- Implementació i control.

3. LA INVESTIGACIÓ COMERCIAL

- Investigació de mercats.
- Situació del mercat i anàlisi de la demanda.
- El macroentorn i el microentorn.
- Oportunitats i Amenaces.
- Fortaleses i debilitats.

4. EL COMPORTAMENT DEL CONSUMIDOR

- Els models de comportament del consumidor. Factors que influeixen el comportament de compra. Decisions de compra.
- Les noves tecnologies i el nou consumidor.

5. MÀRQUETING ESTRATÈGIC

- Segmentació de mercats.
- Públic Objectiu (target).
- Posicionament.
- Principals estratègies de màrqueting.

6. EL PRODUCTE

- Què pretenem vendre ? El concepte de producte.
- Cartera de productes.
- El packaging.
- La marca.
- Estratègies de desenvolupament de nous productes.

7. EL PREU

- Polítiques de preus.
- Estratègies de preus

8. LA COMUNICACIÓ

- Concepte de comunicació integral.
- Publicitat
- Promoció
- Relacions Públiques
- El Màrqueting Directe
- La Venta personal.
- Pressupost publicitari.
- Missatge publicitari.
- Estratègia i Planificació de mitjans.

9. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓ

- La funció de la distribució comercial.
- Canals de distribució.
- Les noves tecnologies aplicades a la distribució.

10. ESTRATEGIES COMERCIALS

- Organització i planificació comercial.
- Estratègies comercials.

Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 12 - Consum i producció responsables
- 05 - Igualtat de gènere
- 04 - Educació de qualitat

Sistema d'avaluació i qualificació

- 40% corresponent a l'examen presencial a final de trimestre i que caldrà aprovar (mínim 5 sobre 10) per poder fer promig amb les notes de l'avaluació contínua (60%).
- 20% corresponent al lliurament d'un exercici de fase inicial de pla de màrqueting (treball en grup)
- 15% corresponent a treballs individuals, casos i altres activitats en equip
- 15% corresponent a l'assistència, tasques individuals, participació i col·laboració mostrat a classe.
- 10% corresponent a les presentacions orals i exposicions que es facin a classe

Important: totes les activitats no lliurades en les dates i amb els requeriments previstos es considerant com a "no lliurades" i s'assignarà una nota de 0. En el període de recuperació només hi ha opció de recuperar l'examen final si l'alumne si hi va presentar i el va suspendre.

Un alumne que no s'hagi presentat a la primera convocatòria NO pot presentar-se a la recuperació.

En cas de NO aprovar l'assignatura no es guardarà cap resultat de les activitats continua pel proper curs acadèmic.