

GRAU EN ENGINYERIA D'ORGANITZACIÓ INDUSTRIAL

110334 - MÀRQUETING INDUSTRIAL

Informació general

- Curs acadèmic 2023/24
- Curs: Tercer
- Trimestre: Tercer
- Nombre de crèdits: 6
- Professorat:
 - Francesc Flores Salgado <fflores@tecnocampus.cat>

Llengües de docència

- Català

Presentació de l'assignatura

Descripció de l'assignatura:

Assignatura emmarcada en la matèria d'organització d'empreses. L'assignatura pretén introduir a l'alumne en els conceptes, principis i fonaments bàsics del màrqueting industrial. En primer lloc es revisen els conceptes bàsics relacionats amb la funció de màrqueting de l'empresa i els processos de negoci associats, destacant les diferències entre el màrqueting B2B i el B2C. A continuació s'estudien als aspectes bàsics del màrqueting industrial, el màrqueting digital i el màrqueting internacional, en el context dels mercats industrials i de la internacionalització de l'empresa industrial. Finalment es presenta amb detall el contingut del

Competències/Resultats d'aprenentatge

Específica

- CE21: Prendre decisions comercials per l'anàlisi i diagnòstic de mercats.

Bàsiques i Generals

- CB4: Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

Transversal

- CT1: Que els estudiants coneguin una tercera llengua, que serà preferentment l'anglès, amb un nivell adequat de forma oral i per escrit i d'acord amb les necessitats que tindran les graduades i els graduats en cada titulació.
- CT2: Que els estudiants tinguin capacitat per a treballar com a membres d'un equip interdisciplinari ja sigui com un membre més, o realitzant tasques de direcció amb la finalitat de contribuir a desenvolupar projectes amb pragmatisme i sentit de la responsabilitat, assumint compromisos

tenint en compte els recursos disponibles.

No definides

Continguts

Títol contingut 1: Introducció al màrqueting (RA1, RA2, RA3, RA4, RA5, RA7)	Dedicació: 8	Grup Gran: 4 Grup Petit: Aprenentatge autònom: 4
Descripció	<ul style="list-style-type: none">• La funció de màrqueting. Revisió de conceptes• Anàlisi de mercats: el mercat industrial vs el mercat final• Tipus de màrqueting: directe, relacional, social• Estratègia, desenvolupament i gestió de productes• Màrqueting B2B vs màrqueting B2C• Gestió de relacions amb els clients (CRM)• Processos de negoci relacionats amb la funció de màrqueting	
Activitats vinculades	<ul style="list-style-type: none">• Classes presencials d'explicació dels conceptes teòrics <p>- ACTIVITAT 5: Examen</p>	

Títol contingut 2: Màrqueting de mercats industrials (RA1, RA2, RA3)	Dedicació: 38	Grup Gran: 8 Grup Petit: 3 Aprenentatge autònom: 27
Descripció	<ul style="list-style-type: none">• Màrqueting estratègic i màrqueting operatiu• Models de compra industrial• Segmentació de mercats industrials• Estratègia de producte• Estratègia de preus• Posicionament en el mercat industrial• Distribució i logística• Comunicació en els mercats industrials• Planificació de màrqueting	
Activitats vinculades	<ul style="list-style-type: none">• Classes presencials d'explicació dels conceptes teòrics <p>-ACTIVITAT 1: MARKETING MIX D'UN PRODUCTE INDUSTRIAL. ESTUDI DE MERCAT. -ACTIVITAT 2: PLA DE MARKETING. -ACTIVITAT 5: Examen</p>	

Títol contingut 3: Màrqueting digital (RA4, RA5)	Dedicació: 22	Grup Gran: 6 Grup Petit: 3 Aprenentatge autònom: 13
Descripció	<ul style="list-style-type: none">• Mercats digitals• Màrqueting de cercadors: SEO, SEM• Màrqueting 2.0• <i>Mobile marketing</i>• Mètriques. Anàlítica web• Comunicacions i màrqueting digital• Estratègies de comerç electrònic per a mercats industrials	

Activitats vinculades	<ul style="list-style-type: none"> • Classes presencials d'explicació dels conceptes teòrics -ACTIVITAT 2: PLA DE MARKETING. -ACTIVITAT 5: Examen		

Títol contingut 4: Internacionalització de l'empresa industrial (RA3, RA4, RA5, RA6)	Dedicació: 38	Grup Gran: 9 Grup Petit: 6 Aprentatge autònom: 23
Descripció	<ul style="list-style-type: none"> • Comerç internacional i globalització • Introducció al dret mercantil • El procés d'internacionalització de l'empresa • Estratègies d'internacionalització • Pla d'internacionalització • Màrqueting internacional • Màrqueting digital per a la internacionalització de l'empresa industrial 	
Activitats vinculades	<ul style="list-style-type: none"> • Classes presencials d'explicació dels conceptes teòrics -ACTIVITAT 2: PLA DE MARKETING. -ACTIVITAT 3: PLANTEJAMENT D'ESCENARIS EN LA INTERNACIONALITZACIÓ (ASPECTES CULTURALS). -ACTIVITAT 5: Examen	

Títol contingut 5: El Pla de màrqueting industrial (RA2, RA3, RA4, RA7)	Dedicació: 44	Grup Gran: 9 Grup Petit: 8 Aprentatge autònom: 27
Descripció	<ul style="list-style-type: none"> • Reflexió estratègica • Anàlisi interna-externa • Diagnòstic. Anàlisi DAFO • Objectius • Estratègies • Plans d'acció. <i>Marketing-Mix</i> • Pla de seguiment i control 	
Activitats vinculades	<ul style="list-style-type: none"> • Classes presencials d'explicació dels conceptes teòrics -ACTIVITAT 2: PLA DE MARKETING. -ACTIVITAT 4: TALLER DE NEGOCIACIÓ: QUÈ ÉS I QUÈ NO ÉS. -ACTIVITAT 5: Examen	

Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 05 - Igualtat de gènere
- 08 - Treball digne i creixement econòmic
- 04 - Educació de qualitat
- 09 - Indústria, Innovació i Infraestructures

Sistema d'avaluació i qualificació

Sistema de qualificació (avaluació)

ACTIVITATS	PES
EXÀMENS	60%
EXERCICIS	10%
PRÀCTIQUES	30%

L'assistència a les sessions teòriques i de laboratori, i el lliurament dels informes corresponents de les activitats és condició necessària per a l'avaluació de l'assignatura.

Serà potestatiu dels docents impartidors de l'assignatura decidir sobre la possibilitat d'afegir activitats que permetin la recuperació de les activitats suspeses.

És obligatòria la realització de totes les activitats per a obtenir la qualificació final de l'assignatura. L'algorisme de càlcul de la nota només s'aplica si la nota mitjana ponderada de les Activitats Exàmens és major o igual a 4. En cas contrari l'assignatura resta suspesa.

L'examen de recuperació només dona opció a aprovar l'assignatura amb una nota de 5, excepte en el cas en que la nota mitjana ponderada de les 4 primeres activitats sigui igual o superior a 8. En aquest cas la nota final correspondrà a la nota mitjana ponderada de totes les activitats de l'assignatura (l'examen de recuperació correspon només a les activitats Exàmens).

Per a les altres activitats, si el resultat de la seva avaluació no és satisfactori, o els docents ho consideren oportú podran convocar a integrants d'un grup a la realització d'una prova d'avaluació individualitzada.