



## DOBLE TITULACIÓ GRAU EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES I GI / GRAU EN MÀRQUETING I CD

### 121130 - DIRECCIÓ COMERCIAL

#### Informació general

- Curs acadèmic 2023/24
- Curs: Primer
- Trimestre: Primer
- Nombre de crèdits: 6
- Professorat:
  - Jordi Mercader Sanjuan [\\_jmercader@tecnocampus.cat](mailto:jmercader@tecnocampus.cat)

#### Llengües de docència

- Català

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 concens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements

## Transversal

- Comunicar con propiedad de forma oral y escrita en las dos lenguas oficiales en Cataluña

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

---

- 08 - Treball digne i creixement econòmic
- 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.*