



## GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

### 500130 - FONAMENTS DE MÀRQUETING

#### Informació general

- Curs acadèmic 2023/24
- Curs: Primer
- Trimestre: Tercer
- Nombre de crèdits: 6
- Professorat:
  - Anaïs Arderiu <aarderiu@tecnocampus.cat>
  - Vera Butkouskaya <vbutkouskaya@tecnocampus.cat>

#### Llengües de docència

- Català
- Castellà

**Idiomes d'impartició:** Català, Castellà i Anglès (material docent i recursos).

#### Presentació de l'assignatura

##### Objectius d'aprenentatge generals de l'assignatura "Fonaments de Màrqueting":

Adquirir uns coneixements bàsics en Polítiques i Estratègies en Màrqueting, i de procediments de teoria posada en pràctica a través dels diferents casos pràctics i "Best Practices".

Conèixer la terminologia habitual en màrqueting.

Aprendre a connectar la funció de Màrqueting en l'empresa i la seva integració com una funció clau dins del sistema organitzatiu de la mateixa.

Fomentar la capacitat creativa i estratègica, secundàriament, les capacitats d'anàlisi i de síntesis, així com l'activació i operativa en Màrqueting.

#### Competències/Resultats d'aprenentatge

##### Bàsica

- CB3. Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'indole social, científica o ètica.
- CB4. Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- CB5. Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.

##### Específica

- CE1. Reconèixer l'entorn en què opera l'organització, el funcionament de l'empresa i les seves àrees funcionals i els instruments d'anàlisi.
- CE2. Aplicar els principis de màrqueting i investigació de mercats
-

CE4. Analitzar i avaluar les estratègies de desenvolupament, llançament i posicionament de nous productes, així com prendre decisions en relació amb la variable del producte, preu, distribució i comunicació.

- CE5. Reconèixer les particularitats de l'activitat de màrqueting en sectors d'activitat amb característiques específiques.
- CE6. Sintetitzar i avaluar les estratègies de màrqueting per a la internacionalització de l'activitat empresarial.
- CE9. Aplicar les eines tecnològiques per a l'aprofitament dels recursos del negoci a través del Màrqueting.
- CE10. Analitzar i avaluar el paper de les comunitats digitals i les xarxes socials a l'empresa.
- CE15. Reunir i interpretar dades significatives per a emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'àmbit empresarial i ser capaç d'elaborar un document que permeti transmetre informació o una proposta empresarial innovadora.
- CE3. Identificar les eines qualitatives i quantitatives d'anàlisi i diagnòstic per a la investigació de mercats.
- CE7. Gestionar oportuna i convenientment els recursos disponibles en els ambients de treball en els que toqui dirigir.

## General

- CG1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.
- CG2. Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant el canvi i estar disposats a re-avaluar els vells models mentals que limiten el pensament.

## Transversal

- CT1. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya.
- CT4. Dominar les eines informàtiques i les seves principals aplicacions per a l'activitat acadèmica i professional ordinària.
- CT5. Desenvolupar tasques aplicant els coneixements adquirits amb flexibilitat i creativitat i adaptant-los a contextos i situacions noves.

No definides

## Continguts

---

1. Introducció al Màrqueting.
2. La direcció estratègica i el màrqueting.
3. Màrqueting estratègic.
4. Introducció al pla de màrqueting.
  - 4.1. Fase analítica.
  - 4.2. Fase estratègica.
  - 4.3. Fase Operativa.
    - 4.3.1. Màrqueting mix.
5. El comportament del consumidor.

## Objectius de Desenvolupament Sostenible

---

- 05 - Igualtat de gènere
- 08 - Treball digne i creixement econòmic
- 04 - Educació de qualitat

## Sistema d'avaluació i qualificació

---

- Avaluació contínua 60%
  - Activitats individuals 25%
  - Treball grupal 35% ( 25% part escrita i 10% exposició oral)
- Examen final 40%

