

## GRAU EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES I GESTIÓ DE LA INNOVACIÓ, DOCÈNCIA EN ANGLÈS

### 1167 - DIRECCIÓ COMERCIAL

#### Informació general

- Curs acadèmic 2025/26
- Departament: Empresa
- Tipus d'assignatura: Bàsica
- Curs: Segon
- Trimestre: Primer
- Nombre de crèdits: 6
- Professorat:
  - Albert Rof Bertrams [arof@tecnocampus.cat](mailto:arof@tecnocampus.cat)

#### Llengües de docència

- Català

#### 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 discrepants 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 dues llengües oficials a Catalunya

No definides

## Continguts

---

### 1. Introducció al Màrqueting

- Què és el màrqueting?
- Gestió del màrqueting: el procés de màrqueting.
- Orientacions de les empreses cap al mercat.
- El màrqueting en el context econòmic actual.

### 2. Direcció Estratègica i Màrqueting

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

### 3. Investigació Comercial

- Investigació de mercats.
- Situació del mercat i anàlisi de la demanda.
- Macroentorn i microentorn.
- Oportunitats i amenaces.
- Fortaleses i debilitats.

### 4. Comportament del Consumidor

- Models de comportament del consumidor.
- Factors que influeixen en el comportament de compra.
- Decisions de compra.
- Noves tecnologies i el nou consumidor.
- Biaixos de conducta

### 5. Màrqueting Estratègic

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

### 6. El Producte

- Concepte de producte.
- Cartera de productes.
- Packaging.
- 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.
- Venda personal.
- E-business i e-commerce

### 9. Política de Distribució

- Funció de la distribució comercial.
- Canals de distribució.
- Noves tecnologies aplicades a la distribució.

### 10. Estratègies Comercials

- Organització i planificació comercial.
- Estratègies comercials.
- Vendes.

## Objectius de Desenvolupament Sostenible

---

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

## Activitats i Sistema d'avaluació

---

- **40%. Examen Presencial:** Al final del trimestre, mínim 5 sobre 10 per poder fer mitjana amb l'avaluació contínua.
- **30%. Exercici final de Pla de Màrqueting** (treball en equip)
- **15%. Presentacions dels temes a classe** (treball en equip)
- **15%. Assistència i participació.**

### Important:

*Les activitats no entregades en les dates previstes es consideraran no entregades i s'assignarà una nota de 0.*

*En el període de recuperació, només es pot recuperar l'examen final si es va presentar i 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 guardaran resultats de l'avaluació contínua per al proper curs.*

Qualsevol forma de frau acadèmic serà sancionada d'acord amb la normativa d'avaluació del centre. En cas que es detectin indicis de frau, inclòs l'ús indegut d'eines d'intel·ligència artificial generativa, el professorat de l'assignatura podrà convocar l'estudiant a una entrevista individual amb l'objectiu de verificar-ne l'autoria.

## Bibliografia i Recursos

---

- Knight, P. (2016). *Nunca Te Pares: Autobiografía*. Vintage Español.
- Levitt, S. D., & Dubner, S. J. (2020) *Freakonomics* (Spanish Edition). B de Bolsillo.
- Kotler P, Armstrong G. (2018). *Principios de marketing*. PRENTICE HALL.