

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

500322 - ESTRATÈGIA I GESTIÓ DE VENDES

Informació general

- Curs acadèmic 2025/26
- Departament: Empresa
- Tipus d'assignatura: Obligatòria
- Curs: Tercer
- Trimestre: Segon
- Nombre de crèdits: 4
- Professorat:
 - Carlos Ordax Alonso [<cordax@tecnocampus.cat>](mailto:cordax@tecnocampus.cat)

Llengües de docència

- Català

Presentació de l'assignatura

Conèixer els models, estratègies i operativa de vendes. Ser capaç d'elaborar un pla de vendes operatiu dirigit a un objectiu i un target concret.

Mostrar habilitats estratègiques amb capacitat de veure l'entorn operatiu com un projecte, establir i assolir pautes a llarg termini, a gran escala en una dimensió global i internacional d'incertesa, incorporant la innovació i buscant xarxes de contacte per fer negocis de manera eficaç.

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiam que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

- CB2. Que els estudiants sàpiguin aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseeixin les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins la seva àrea d'estudi.
- CB4. Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

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.
- CE6. Sintetitzar i avaluar les estratègies de màrqueting per a la internacionalització de l'activitat empresarial.
- CE14. Aplicar els coneixements adquirits a la gestió de comunitats digitals.
- CE3. Identificar les eines qualitatives i quantitatives d'anàlisi i diagnòstic per a la investigació de mercats.

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.

Transversal

- CT5. Desenvolupar tasques aplicant els coneixements adquirits amb flexibilitat i creativitat i adaptant-los a contextos i situacions noves.

No definides

Continguts

Tema 1: La irracionalitat (Emocionalitat) en la presa de decisions

- Aristòtil i les regles de persuasió Ethos- Pathos-Logos;
- Les decisions i el What's In It For Me (WII-FM);
- Processos mentals per vendre:
 - L'embut de Venda
 - Fases de qualsevol venda: Atenció, Interès, Desig, Acció (AIDA),
 - El factor clau d'èxit d' una venda: Always Be Closing (ABC)
 - Escoltar per entendre o escoltar para respondre? Lloar,
 - Preguntar Escoltar (LPE)).
 - Els models antropològics de la Venda

Tema 2: Estratègies de Venda

- Venda transaccional,
- Venda relacional,
- Venda complexa
- Altres models de Venda

Tema 3: El Model de Venda dintre d'un pla de negoci

- Quin és l'Avantatge Competitiu Sostenible del meu negoci? ¿Per què a mi i no a un altre y com el mantindrem?
- Com obtenir, mantenir i fer créixer el nombre de clients?
- A través de quins canals s'ha de fer?: El cost d'adquisició dels clients i el valor del client
- Quin és el model d'ingressos que ens dona diners, de forma recurrent i sostenible?

Tema 4: Operativa de Vendes

- Venta
 - Preparació,
 - Apropament
 - Pitch de Venda
 - Preguntes d'enfocament
 - Rebatre objeccions
 - Preu
 - Tancament
- Post Venta y Satisfacció
- Fidelització

Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 08 - Treball digne i creixement econòmic
- 04 - Educació de qualitat

Activitats i Sistema d'avaluació

La suma de:

- SE4: 3 exàmens parcials (3 x 20% = 60%)
- SE1: participació (10%)
- SE2: treball de grup (15%) i presentació de grup (15%).

Recuperació: Si aquesta nota és <50% es farà un examen final de recuperació. En aquest cas, es mantindran les notes de participació, treball en grup i presentació que s'haguessin obtingut, i la qualificació final es calcularà afegint a aquestes tres el valor resultant del següent càlcul (60% x qualificació de l'examen de recuperació x 75%).

Bibliografia i Recursos

-

Blank, S., Dorf, B. (2012): The Startup Owner's Manual. K&S Ranch Publishers (Pescadero)

- Buzan, T (2010): Mind Maps For Business. BBC Active (London)
- Chan Kim, W., Mauborgne, R. (2005): Blue Ocean Strategy. Harvard Business Review (Boston)
- Chiesa, C. (2008): Dirigir vendedores es mucho más. Ed. Urano (Barcelona)
- Chiesa, C., Chiesa, L. (2007): Vender es mucho más
- Ariely, Dan (2009): Predictably Irrational. Harper Collins (New York)
- Auer, Jean T. (1990): El placer de vender. Ed. Hispano-Europea (Barcelona)
- Blanchard, K., Meyer, P., Ruhe, D. (2007): Know, Can , Do! Berret-Koehler Publishers, Inc. (San Francisco)