

MÀSTER UNIVERSITARI EN LOGÍSTICA, CADENA DE SUBMINISTRAMENTS I NEGOCIS MARÍTIMS

35021 - MÀRQUETING PER A LA CADENA DE SUBMINISTRAMENT

Informació general

- Curs acadèmic 2025/26
- Departament: Empresa
- Tipus d'assignatura: Obligatòria
- Curs: Primer
- Trimestre: Segon
- Nombre de crèdits: 2
- Professorat:
 - Jordi Garolera Berrocal [<jgarolera@tecnocampus.cat>](mailto:jgarolera@tecnocampus.cat)

Llengües de docència

- Català
- Anglès

L'assignatura s'imparteix en anglès.

Presentació de l'assignatura

Màrqueting per a la cadena de subministrament.

La integració entre la cadena de subministrament i les àrees de màrqueting és fonamental perquè l'empresa estigui més a prop de complir i satisfer les necessitats del client, un element clau per al creixement del negoci.

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

- CB6-Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca
- CB8 - Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis
- CB9. Que els estudiants sàpiguin comunicar les seves conclusions i els coneixements i raons últimes que les sustenten a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats

Específica

- CE3. Planificar l'anàlisi en els entorns de negoci, locals i globals, per tal d'avançar-se a les noves oportunitats de mercat susceptibles de ser transformades en productes comercials
- CE5. Dissenyar i posar en marxa sistemes logístics, valorant les diferents alternatives possibles, les restriccions tècniques i de recursos i tenint en compte la direcció i gestió coordinada al llarg de la cadena de subministrament.
-

CE7. Gestionar (planificar, programar i controlar) el flux de materials i informació (flux de la cadena de subministraments) a través de l'adreça i gestió coordinada de les àrees de compres, producció i distribució física de l'empresa.

Transversal

- CT1. Mostrar disposició per conèixer noves cultures, experimentar noves metodologies i fomentar l'intercanvi internacional en el context de la logística, la cadena de subministraments i els negocis marítims.
- CT2. Mostrar habilitats emprenedores de lideratge i direcció, que reforcin la confiança personal i redueixin l'avversió al risc.
- CT3. Desenvolupar tasques aplicant amb flexibilitat i creativitat els coneixements adquirits i adaptant-los a contextos i situacions noves.

No definides

Continguts

- Vista general de preus.
- La segmentació del mercat.
- Models de demanda del consumidor.
- Estimació de dades.
- El preu com a problema d'optimització restringit.
- Models de preus dinàmics.
- Models de preus no lineals i innovadors.
- Preu en funció del valor.

Objectius de Desenvolupament Sostenible

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

Activitats i Sistema d'avaluació

Participació a classe: 30%
Projecte: 70%

Bibliografia i Recursos

No definides