

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

500322 - ESTRATÈGIA I GESTIÓ DE VENDES

Informació general

- Curs acadèmic 2026/27
- 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

- La base conceptual. Teoria de les emocions en les vendes
- Errors comuns en la direcció
- Aristòtil i les regles de la persuasió
- Processos mentals per vendre
 - L'embut de vendes
 - Fases de la venda AIDA
 - El factor clau de l'èxit d'una venda: ABC (always be closing)
 - Elogiar, Preguntar, Escoltar (EPE)
 - Els models antropològics de la venda

Tema 2: L'aproximació al mercat

- Estratègies de venda
- Eines
 - El model PESTEL
 - Les 5 forces de Porter
 - La cadena de valor de Porter
 - El canvas de valor de l'estratègia d'oceà blau
 - L'anàlisi DAFO (SWOT)
- L'aplicació al model. Com definir el model d'estratègia de l'empresa

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

- El canvas d'Osterwalder aplicat a qualsevol empresa
- Què és l'Avantatge Competitiva Sostenible del meu negoci?
- Com obtenir clients, mantenir-los i fer-los créixer
- Relacions amb clients
- A través de quins canals s'ha de fer?
 - El cost d'adquisició dels clients (CAC) i el valor del client en el temps (LTV)
- Models de monetització
- Aplicació de la teoria a un cas real

Tema 4: Operativa de Vendes

- Operativa de vendes
- Les 6 fases de la venda
- Com gestionar el one to one quan estem davant del client
- Postvenda
- Satisfacció i fidelització de clients

Objectius de Desenvolupament Sostenible

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

Activitats i Sistema d'avaluació

L'avaluació serà una nota mitjana ponderada distribuïda de la següent manera:

- SE4: examen final (EF) 60%
- SE2: Treball en equip (TE) 30%
- SE1: Participació a classe (PC) 10%

Per poder fer mitjana, la nota de l'examen final ha de ser igual o superior a 5.

- Si nota examen final ≥ 5 , nota final = $60\%EF + 30\%TE + 10\%PC$
- Si nota examen final < 5 , nota final = nota examen final

Per aprovar l'assignatura es requereix que la nota final ≥ 5 . En cas contrari es realitzarà la recuperació.

Recuperació

- Si nota examen de recuperació (ER) ≥ 5 , nota final = 60%ER + 30%TE + 10%PC
- Si nota examen de recuperació (ER) < 5 , nota final = nota examen de recuperació

No es poden recuperar les notes del Treball en equip ni les de Participació a classe.

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

- 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! Berrett-Koehler Publishers, Inc. (San Francisco)