

Dirección Comercial II

Profesores:

Dra. Rosalía Gallo – Grupos 10 & 20

Isabel Roca – Grupos 50 & 60

Despacho 209

Teléfono 93 728 77 30

E-mail rosalia.gallo@uab.es
i_roca@herrmes.uab.es

Temario:

I. Introducción

Tema 1: Proceso de planificación en marketing

II. Estrategias de marketing

Tema 2: Decisiones de producto

Tema 3: Decisiones de precio

Tema 4: Decisiones de distribución

Tema 5: Decisiones de comunicación

Tema 6: Plan anual de marketing

III. Marketing en áreas específicas

Tema 7: Marketing de servicios

Tema 8: Marketing industrial

Tema 9: Marketing internacional

Tema 10: Marketing no empresarial

R. Gallo - D. Comercial II

Bibliografía:

- Santesmases, M.A. : Marketing, conceptos y estrategias
Pirámide. Madrid, 1.999
- Kotler, P. ed alter : Dirección de marketing
Prentice-Hall. Madrid, 2000
- Lambin, J.J. : Marketing estratégico
McGRaw Hill.Madrid, 1.995
- Stanton, W. ed alter: Fundamentos de marketing
McGRaw Hill. Madrid, 1.996

Evaluación:

- | | | |
|------------------|---------|--------------------|
| 1ª convocatoria: | Informe | 20% nota del curso |
| | Examen | 80% nota del curso |
| 2ª convocatoria: | Examen | |