

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

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:

1 ^a convocatoria:	Informe	20% nota del curso
	Examen	80% nota del curso

2^a convocatoria: Examen