

20269 - Direcció comercial II (Polítiques de Màrqueting) (Programa del curs 1996/97)

**Objectius:** Una vegada coneguts els mètodes d'anàlisi i investigació comercial a nivell bàsic, mitjançant l'assignatura *Direcció Comercial I*, es tracta de que l'estudiant conegui les diferents polítiques d'acció comercial de què disposa l'empresa, i pugui formular la mescla òptima de polítiques comercials i les seves variants d'aplicació, en funció dels objectius a perseguir i de la limitació de recursos. Així mateix, deurà poder avaluar els canvis necessaris de política comercial en funció dels canvis previstos o reals de l'entorn, i haurà d'estar capacitada per a jutjar i criticar una política comercial concreta.

**Contingut:** - Anàlisi i diagnòstic de la situació comercial de l'Empresa al mercat.- Les estratègies empresarials i la seva repercussió a l'acció i política comercial.- Descripció general de les variables de política comercial.- Decisions de llançament, manteniment i supressió de productes. La relació qualitat/preu. - El cicle de vida i la diferenciació dels productes. - Polítiques de distribució. Canals de distribució.- Polítiques de la xarxa de vendes.- Polítiques de promoció.- Polítiques de comunicació: la publicitat.- El sector de distribució.- Combinacions de diferents polítiques coherents entre sí i incompatibles entre sí.- El "Màrqueting Mix".- El pla de màrqueting. Implantació i seguiment.- L'auditoria del màrqueting.