

ASIGNATURA : PSICOLOGIA I COMUNICACIO
LLICENCIENCIATURA : TECNOLOGIA DEL ALIMENTS

(Professora: M.Dolors Ventura Drets)

CURS: 1997-1998

OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA:

- Donar a conèixer als alumnes les eines bàsiques del marketing.
- Estudi del marketing-mix:
 - a) Anàlisi del producte.
 - b) Fixació del preu.
 - c) Anàlisi de la xarxa de distribució.
 - d) Anàlisi de la comunicació.

METODOLOGIA:

- Classes magistrals teòriques mitjançant l'ús del retroprojector.
- Discussió de casos.
- Discussió i anàlisi d'exemples de l'actualitat relacionats amb l'assignatura.

AVALUACIÓ:

- Avaluació continuada a través de les intervencions dels alumnes.
- Avaluació amb 1 exàmen final.

PROGRAMA DE MARKETING

TEMA 1 INTRODUCCIÓ AL MARKETING

- 1.1 Definició de marketing i bases històriques
- 1.2 Importància dels factors de l'entorn: econòmics, socioculturals...

TEMA 2 EL MERCAT

- 2.1 Anàlisi de mercat qualitatiu
 - a) Estudi del consumidor
 - les actituds
 - les motivacions
 - l'acte de la compra
 - l'estil de vida
- 2.2 Anàlisi de mercat quantitatiu:
 - a) Estudis i fonts de recerca d'informació de mercat
 - b) Variables a estudiar
- 2.3 Segmentació de mercat
- 2.4 Matriu producte-mercat (anàlisi competència)

TEMA 3 PRODUCTE

- 3.1 Tipus de producte

- 3.2 Característiques del producte
 - 3.2.1 Anàlisi funcional
 - 3.2.2 Anàlisi simbòlic
- 3.3 Cicle de vida del producte
- 3.4 Estratègies de producte
 - 3.4.1 Matriu de portafoli
 - 3.4.2 Gama de productes
- 3.5 La marca
- 3.6 La utilització del color
- 3.7 Introducció de nous productes

TEMA 4 PREU

- 4.1 Fixació de preu
 - 4.1.1 A partir de costos
 - 4.1.2 " de demanda
 - 4.1.3 " de la competència
- 4.2 Estratègia de preus
 - 4.2.1 Penetració
 - 4.2.2 Desnatat
- 4.3 Maquillatge de preus i promocions

TEMA 5 DISTRIBUCIÓ

- 5.1 Definició
- 5.2 Cobertura

5.3 Canals de distribució

5.4 Tècniques de merchandaising

TEMA 6 PUBLICITAT - COMUNICACIÓ

6.1 Eixos de la comunicació

6.2 Comunicacions massives

6.2.1 Característiques

6.2.2 Avantatges i inconvenients

6.3 Comunicacions personalitzades

6.3.1 Característiques

6.3.2 Avantatges i inconvenients