

## B EL SISTEMA D'INFORMACIÓ I LA INVESTIGACIÓ COMERCIAL

### DIRECCIÓ COMERCIAL I

Assignatura

Curs	Cicle	Quadrimestre
1996-97	2on	octubre-gener
01	J. Llonch	
02	J.L. Llacuna	
03	P. López	
51	P. López	
52	P. Caba	

### PROGRAMA

4. MÉTODES PER OBTENIR LA INFORMACIÓ
  - 4.1 Els sistemes d'informació en elmarketing.
  - 4.2 Fonts d'informació general.
  - 4.3 Tècniques de la investigació de mercats.
5. ANÀLISI DE LES OPORTUNITATS DE MARKETING
  - 5.1 L'entorn de marketing de l'empresa.
  - 5.2 Anàlisi de les forces del microentorn.
  - 5.3 Anàlisi de les forces del macroentorn.
6. EL COMPORTAMENT DEL COMPRADOR
  - 6.1 El procés de decisió de compra.
  - 6.2 Factors que condicionen el comportament.
  - 6.3 Influències de l'entorn.
  - 6.4 Models globals de comportament del consumidor.
  - 6.5 El procés de decisió de compra industrial.
- D. ANÀLISI DE LA DEMANDA I SELECCIÓ DELS MERCATS
7. ANÀLISI DE LA DEMANDA GLOBAL
  - 7.1 Mercat potencial.
  - 7.2 Previsió de la demanda.
  - 7.3 Models de la demanda.

### PROGRAMA DE L'ASSIGNATURA

- A. INTRODUCCIÓ AL MARKETING
  1. CONCEPTES BÀSICS
    - 1.1 Conepte de Marketing.
    - 1.2 L'orientació de l'empresa al mercat.
    - 1.3 La funció del Marketing en l'economia.
    - 1.4 La gestió del marketing en l'empresa.
  2. LA DIRECCIÓ COMERCIAL
    - 2.1 La funció comercial a l'empresa.
    - 2.2 El sistema comercial.
    - 2.3 Tasques de la Direcció Comercial.
    - 2.4 El procés de presa de decisions comercials.
- E. EL MARKETING-MIX
  9. INTRODUCCIÓ A LES VARIABLES DEL MARKETING-MIX
    - 9.1 El producte.
    - 9.2 El preu.
    - 9.3 La distribució.
    - 9.4 La comunicació

Per impartir aquesta assignatura s'explicaran els coneixements fonamentals del Marketing, els principals enfoques d'anàlisis en relació al mercat i l'entorn, així com els instruments i tècniques més relevantes a aplicar en les fases prèvies a la presa de decisions comercials.

### METODOLOGIA

En aquesta assignatura s'explicaran els coneixements fonamentals del Marketing, els principals enfoques d'anàlisis en relació al mercat i l'entorn, així com els instruments i tècniques més relevantes a aplicar en les fases prèvies a la presa de decisions comercials.

## BIBLIOGRAFIA

- A. INTRODUCCIÓ AL MARKETING
- KOTLER, P.: "Dirección de Marketing". Prentice Hall, 1995. 8<sup>a</sup> edic. Cap. 1 i 2.
- LAMBIN, J.J.: "Marketing Estratégico". McGraw-Hill, 1995, 3<sup>a</sup> edic. Cap. 1
- LLONCH, J.: "Orientación al Mercado y Competitividad de la Empresa". Edicions Gestió 2000, 1993. pp. 15-82.
- SANTESMASES, M.: "Marketing. Conceptos y Estrategias", Pirámide, 1996. 3<sup>a</sup> edic. pp. 31-91
- B. EL SISTEMA D'INFORMACIÓ I LA INVESTIGACIÓ COMERCIAL
- KOTLER, P.: "Dirección de Marketing". Prentice Hall, 1995. 8<sup>a</sup> edic. Cap. 5
- AAKER, D.A. Y G.S. DAY: "Investigación de Mercados", McGraw-Hill, 1989. 2<sup>a</sup> edic.
- KINNEAR, T.C. y J.R. TAYLOR: "Investigación de Mercados. Un Enfoque Aplicado". McGraw-Hill, 1989. 2<sup>a</sup> ed.
- ORTEGA, E.: "Manual de Investigación Comercial". Pirámide, 1990.
- C. ANALISI DE LES OPORTUNITATS DE MARKETING
- KOTLER, P.: "Dirección de Marketing". Prentice Hall, 1995. 8<sup>a</sup> edic. Cap. 6, 7, 8 i 9
- AAKER, D.A.: "Management Estratégico del Mercado", Hispano Europea, 1987. Cap. 2, 4 i 6.
- LAMBIN, J.J.: "Marketing Estratégico". McGraw-Hill, 1995, 3<sup>a</sup> edic. Cap. 2 i 4
- TENA, J.: "El Entorno de la Empresa", Edicions Gestió 2000, 1992
- D. ANÀLISI DE LA DEMANDA I SELECCIÓ DELS MERCATS
- KOTLER, P.: "Dirección de Marketing". Prentice Hall, 1995. 8<sup>a</sup> edic. Cap. 10 i 11.
- LAMBIN, J.J.: "Marketing Estratégico" McGraw-Hill, 1995, 3<sup>a</sup> edic. Cap. 6

SANTESMASES, M.: "Marketing. Conceptos y Estrategias", Pirámide, 1996. 3<sup>a</sup> edic. Cap. 4 i 5.

STANTON, W.J., M.J. ETZEL i B.J. WALKER: "Fundamentos de Marketing", McGraw-Hill, 1995, 10<sup>a</sup> edic. Cap. 5

## E. EL MARKETING-MIX

MIQUEL, S., A. MOLLÀ i J.E. BIGNÉ: "Introducción al Marketing", McGraw-Hill, 1994.

## AVALUACIÓ

Per aprovar aquesta assignatura caldrà superar una prova, així com demostrar suficiència en la resolució dels casos i/o exercicis pràctics.

El juny tindrà lloc un altre examen per aquells alumnes que no hagin aprovat l'avaluació anterior.

## TUTORIES

Professor	Tutorías	Despatx	Telèfon
P. Caba	Dilluns de 17.55 a 19.10 h	B1-116	581 22 69
J.L. Llacuna	Dilluns de 13.15 a 14.30 h	B1-129	581 22 58
J. Llonch	Dilluns de 12.00 a 13.10 h	B1-116	581 22 69
	Dimecres de 13.10 a 14.20 h		
P. López	Dimarts de 11.00 a 12.30 h	B1-129	581 22 58
	Dijous de 17.30 a 19.00		