

DIRECCIÓ COMERCIAL

Objectius: El curs preten donar una visió clara de la Direcció Comercial o de marketing i de la seva importància per aconseguir l'èxit empresarial en un entorn altament competitiu com és l'actual.

Perfil dels alumnes: Diplomats i llicenciats sense formació específica en marketing???

Continguts:

1. Què és el Marketing?
Entorn de Marketing i delimitació del negoci
Cas pràctic: "Compañía Electrónica Aurora, S.A."
2. Pla de Marketing: Fase d'anàlisi
 - Organització
 - Macroentorn: Tendències
 - Mercat
 - Consumidor / Usuari
 - CompetènciaCas pràctic: "La Vanguardia"
3. Segmentació i posicionament
Cas pràctic: "Telecinco (1990-1999)"; "El posicionamiento de Persil en su primer lanzamiento"
4. Fase d'intervenció: El Marketing – Mix:
 - Producte. Cas pràctic: "Mercado de Perfumes: Bic-Kenzo"
 - Preu. Cas pràctic: "The Times apuesta por el cambio"
 - Distribució. Cas pràctic: "Little Golden books"
 - Comunicació. Cas pràctic: "Lanzamiento Renault Clio en España"

Cas pràctic final: "Farggi"

Hores: 16 hores (4 sessions)

Professor responsable: Isabel Roca Parpal

Material: Publicació: Direcció Comercial – Curs d'Iniciació Professional a l'empresa

Avaluació:

- Participació dels alumnes en les sessions
- Entrega d'un informe individual del cas pràctic Farggi en la última sessió del 25 de gener del 2003.