

## DIRECCION COMERCIAL I: PROGRAMA SINTENTICO

### I. Introducción al marketing y la dirección comercial

Tema 1: Introducción al marketing

Tema 2: La dirección comercial

### II. El plan de marketing como instrumento de análisis e intervención: Fase de análisis

Tema 3: Análisis del entorno

Tema 4: Análisis del mercado

Tema 5: Análisis del consumidor / usuario

Tema 6: Análisis de las organizaciones

Tema 7: Análisis de la demanda

Tema 8: Segmentación

Tema 9: Sistemas de información de marketing e investigación comercial

### III. Evaluación, toma de decisiones y fijación de objetivos:

#### Una introducción

Tema 10: Evaluación de oportunidades de marketing

Tema 11: Toma de decisiones y fijación de objetivos

## DIRECCION COMERCIAL I: BIBLIOGRAFIA GENERAL

Córdoba, J.L. (1.990) Introducción al marketing Deusto, Bilbao

Kotler, P. & Armstrong, G. (1.994) Principles of Marketing 6ª ed.  
Prentice-Hall. Englewood Cliffs, Nueva Jersey

Kotler, P. (1.995) Dirección de marketing 8ª ed. Prentice-Hall.  
Madrid

Lambin, J.J. (1.991) Marketing estratégico 2ª ed. McGraw Hill.  
Madrid

Martín Armario, E.(1.993) Marketing Ariel Economía. Barcelona

Miquel Peris, S. (1.996) Introducción al Marketing McGraw Hill.  
Madrid

Santesmases, M.A. (1.996) Marketing. Conceptos y estrategias  
Pirámide. Madrid

Stanton, W. et al. (1.995) Fundamentos de marketing 10ª ed.  
MacGraw Hill. Mexico