

**Titulació**

**Assignatura**

<b>ADE</b>	<b>DIRECCIÓ COMERCIAL</b>
------------	---------------------------

<b>ITM</b>	<b>MERCADOTÈCNIA I</b>
------------	------------------------

<b>Curs</b>	<b>Cicle</b>	<b>Quadrimestre</b>	<b>Codi assignatura</b>
2007-2008	2n	Setembre - Juliol	25043 ADE / PUE
2007-2008	2n	Octubre - maig	25516 ITM

<b>Grups</b>	<b>Professors</b>	<b>Grups</b>	<b>Professors</b>
02	R. Eusebio / A. Pinar	52 / 80	P. López / G. Izard
04	J.L. Llacuna / A. Pinar	54	F.Benavente / G. Izard
13	P. López / J.L. Llacuna		
60	J. Llonch / M. Mendoza / S. Waliño		

Coordinador de l'assignatura: Joan Llonch

## **DESCRIPTOR DE L'ASSIGNATURA**

Introducció a la problemàtica comercial de l'empresa, desenvolupament de conceptes bàsics i anàlisi de casos pràctics representatius. Estudi aprofundit dels aspectes més avançats del màrqueting actual amb especial referència al procés d'organització i comunicació. Èmfasi en l'aspecte pràctic.

## **PROGRAMA**

### **OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA**

Al finalitzar el curs l'alumne ha de ser capaç de:

- Entendre i saber valorar els principals conceptes i eines del marketing.
- Fer un anàlisi intern i extern de l'empresa i determinar un diagnòstic de la situació comercial.
- Valorar la importància de les relacions a llarg termini amb els clients.
- Formular estratègies comercials competitives.
- Interrelacionar les decisions comercials amb la resta d'àrees funcionals de l'empresa
- Decidir els diferents elements que configuren un pla de marketing i valorar les interaccions que es produeixen entre ells.

## **METODOLOGIA**

Per impartir aquesta assignatura es posarà en pràctica un conjunt de tècniques variades que permetran a l'alumne comprendre la realitat dels mercats i l'actuació comercial de les empreses. Aquestes tècniques consistiran en una combinació de classes teòriques amb altres activitats de caràcter més pràctic (anàlisi i discussió de casos i exercicis).

### **Docència tutoritzada**

Al llarg de cada un dels semestres hi haurà 3 setmanes de docència tutoritzada. Durant la setmana de docència tutoritzada es discutiran a classe els cassos prèviament preparats pels estudiants. El rendiment dels estudiants en aquesta activitat formarà part de la seva avaluació final.

## **TEMARI DETALLAT DELS CONTINGUTS**

### **A. EL MÀRKETING I L'ACTIVITAT COMERCIAL A L'EMPRESA**

1. El paper del marketing a les organitzacions i a la societat
2. La direcció comercial
3. La planificació estratègica d'empresa i la planificació estratègica de marketing
4. Organització de les activitats de marketing

### **B. L'ANÀLISI DE LES OPORTUNITATS DE MÀRKETING**

5. L'entorn de marketing de l'empresa
6. L'anàlisi del sector i de la competència
7. L'anàlisi dels mercats de consumidors i del seus comportaments de compra
8. L'anàlisi dels mercats industrials i dels seus comportaments de compra
9. L'anàlisi i la previsió de la demanda
10. Els sistemes d'informació, la investigació comercial
11. La segmentació de mercats i la identificació del públic objectiu

### **C. LA FORMULACIÓ DE LES ESTRATÈGIES DE MÀRKETING**

12. Les estratègies de cartera de productes
13. La diferenciació i el posicionament de l'oferta de l'empresa
14. La gestió de productes al llarg del seu cicle de vida

### **D. LA PLANIFICACIÓ DE LES ACCIONS DE MÀRKETING**

15. La gestió de productes, marques i envasos
16. El desenvolupament de nous productes
17. Les decisions de preus
18. La gestió dels canals de distribució
19. Estratègies de distribució
20. El desenvolupament d'estratègies integrades de comunicació
21. La gestió de la publicitat
22. La gestió de promoció de vendes i de les relacions públiques

23. La gestió de la venda personal i del marketing directe

#### E. LA GESTIÓ DEL PLA DE MÀRKETING

24. Posada en pràctica del pla de marketing

25. Avaluació i control de les activitats de marketing

### **BIBLIOGRAFIA BÀSICA**

M. SANTESMASES, Marketing: Conceptos y Estrategias, ed., Pirámide, 5ª edición.(2004)

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTÀRIA**

Altres manuals:

KERIN, R. et al. Marketing “Core”, Ed. Mc Graw-Hill, 2ª edició, 2007

KOTLER,P . Dirección de Marketing, Pearson, 2006

RIVERA, J. Dirección de Marketing, Ed. ESIC, 2007

#### A.EL MARKETING I L'ACTIVITAT COMERCIAL DE L'EMPRESA

LLONCH, J., Orientación al Mercado y Competitividad de la Empresa, Ediciones Gestión 2000, 1993.

MARTINEZ VILANOVA, R. Gestión de la clientela. 1ª ed. Ed ESIC

#### B. L'ANÀLISI DE LES OPORTUNITATS DE MÀRKETING

ALONSO RIVAS, J., Comportamiento del Consumidor, 5ª ed., Ed. ESIC.

DWYER. Marketing Industrial, Ed. Mc.Graw-Hill, 2006

LUQUE, T., Investigación de Marketing, ed. Ariel, 1997

#### C. LA FORMULACIÓ DE LES ESTRATÈGIES DE MARKÉTING

LAMBIN, J.J. Marketing Estratégico, ed. ESIC, 2003

MUNUERA, J.L. y A.I. RODRIGUEZ, Estrategia de Marketing. Ed. ESIC, 2007

#### D. LA PLANIFICACIÓ DE LES ACCIONS DE MÀRKETING

ALET, J. Marketing Directo Integrado, Ediciones Gestión 2000, 1994

CASARES, J y A. REBOLLO, Distribución comercial , ed. Civitas, 1996

DE JAIME, J. Pricing. Ed. ESIC, 2005

DIEZ DE CASTRO, E.C. et al., Distribución Comercial, ed. Mc. Graw-Hill, 2004

KÜSTER, I. La venta relacional. Ed. ESIC, 2006

SERRANO, F. Gestión, Dirección y Estrategia de producto. 1ª ed. Ed. ESIC

TELLIS, G.J.. Estrategias de publicidad y promoción. Ed. Addison Wesley, Madrid, 2001.

#### E. LA GESTIÓ DEL PLA DE MÀRKETING

COHEN, W., El Plan de Marketing, ed. Deusto, 1993

SAIZ DE VICUÑA, J.M<sup>a</sup> El Plan de Marketing en la Práctica, 10<sup>a</sup> ed., ESIC, 2007

## AVALUACIÓ

Per aprovar aquesta assignatura caldrà realitzar dos exàmens parcials així com demostrar suficiència en la resolució dels casos o exercicis pràctics que s'encarreguin a l'alumne durant el curs. La ponderació de cada una d'aquestes proves a la nota final serà un 80% els exàmens parcials i un 20% les practiques desenvolupades al llarg del curs.

## TUTORIES

<b>Professors</b>	<b>Horari tutories</b>	<b>Despatx</b>	<b>Extensió</b>
Benavente, F.	Consultar el tauló d'anuncis del departament	B1-110	4418
Eusebio, R.	Consultar el tauló d'anuncis del departament	B1-112	4397
Izard, G.	Consultar el tauló d'anuncis del departament	B1-110	4418
Mendoza, M.	Consultar el tauló d'anuncis del departament	B1-110	4418
Llacuna, J.L.	Consultar el tauló d'anuncis del departament	B1-110	4418
Llonch, J.	Consultar el tauló d'anuncis del departament	B1-116	2269
López, Pilar	Consultar el tauló d'anuncis del departament	B1-114	4419
Pinar, A.	Consultar el tauló d'anuncis del departament	B1-110	4418
Waliño, S.	Consultar el tauló d'anuncis del departament	B1-134	4416