

# Dirección Comercial I

---

Prof: Dr. Rosalía Gallo  
Escola Universitària d'Estudis  
Empresarials - UAB

# Dirección Comercial I: Temario

---

- **I. Introducción al Marketing y la Dirección Comercial**
  - 1.- marketing: Una introducción
  - 2.- El proceso de marketing
- **II. El plan de marketing parte I: Análisis**
  - 3.- El entorno
  - 4.- El mercado de consumo
  - 5.- El mercado organizacional
  - 6.- Análisis de la demanda
  - 7.- segmentación, targeting and posicionamiento
  - 8.- Investigación comercial y sistemas de información
- **III. Evaluación, toma de decisiones & fijación de objetivos; una introducción**
  - 9.- Valoración de oportunidades de marketing
  - 10.- Toma de decisiones y fijación de objetivos

# Al terminar esta asignatura los estudiantes deberán ser capaces de

---

- ❑ Explicar el concepto de marketing y los contenidos del proceso de dirección comercial
- ❑ Conocer y explicar cuáles son los componentes del entorno de marketing Conocer y explicar qué es el mix de marketing
- ❑ Recordar y explicar distintos modelos de análisis utilizados en el análisis del entorno de marketing
- ❑ Usar los modelos mencionados anteriormente para analizar el entorno de marketing e identificar tanto oportunidades como amenazas de marketing
- ❑ Generar un diagnóstico sobre una situación concreta de marketing y proponer un plan de acción esquemático
- ❑ Sintetizar y comunicar, tanto por escrito como oralmente, los resultados del trabajo realizado

# Dirección Comercial I

## características de la asignatura

---

- 4,5 creditos (45 horas)
- 1r. Semestre
- Sistema de evaluación:
  - 25% ejercicios & casos en clase y fuera de clase
  - 15% informe escrito & presentación
  - 60% examen escrito
  - Asistencia a clase 80% mínimo requerido
- Bibliografía:
  - Kotler & Armstrong: Principios de Marketing Prentice-Hall
  - Kerin et al. : Marketing "Core" McGraw-Hill
  - Santesmases: Marketing: Conceptos y estrategias Pirámide