



DIRECCIÓN COMERCIAL I

Gemma Gutiérrez

UAB Sabadell

Curso 2011-2012

1

DIRECCIÓN COMERCIAL I: TEMARIO

I. Introducción al Marketing y la Dirección Comercial

- 1.- Marketing: Una introducción, Tendencias, el Proceso de Mk y la Dirección Comercial
- 2.-Estrategia de la Empresa y de Marketing

II. El Marketing 1ª Fase: Análisis de la situación

- 3.- El entorno (y la competencia)
- 4.- El mercado de consumo
- 5.- El mercado organizacional
- 6.- La demanda
- 7.- Investigación comercial y sistemas de información

III. El marketing 2ª Fase: Evaluación, toma de decisiones & fijación de objetivos

- 8.- Segmentación, targeting y posicionamiento
- 9.-Fijación de objetivos y selección de estrategias



DIRECCIÓN COMERCIAL I: OBJETIVOS A ALCANZAR

- 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: CARACTERÍSTICA DE LA ASIGNATURA

- **4,5 créditos (45 horas)**
- **1r. Semestre**
- **2 POSIBLES Sistemas de evaluación:**
 - **EVALUACIÓN CONTINUADA ESPECIAL***
 - 25% ejercicios & casos en clase y fuera de clase en grupo
 - 15% informe escrito individual
 - 60% examen escrito
 - **Asistencia a clase 80% mínimo requerido**

 - **EVALUACIÓN FINAL**
 - 100% examen escrito (Convocatoria Oficial Enero)

* En caso de que un alumno en evaluación continuada especial no obtenga una nota media igual o superior a 5 y/o no cumpla con el 80% de asistencia requerido, deberá evaluarse en la convocatoria oficial de enero y sólo contarán para la nota entonces los criterios de la evaluación ordinaria oficial.



DIRECCIÓN COMERCIAL I: CARACTERÍSTICA DE LA ASIGNATURA

○ Bibliografía:

- Kotler & Armstrong: Principios de Marketing . Ed. Pearson Prentice-Hall
- Santesmases & Merino & Sánchez & Pintado: Fundamentos de Marketing. Ed. Pirámide
- Santesmases: Marketing: Conceptos y estrategias. Ed. Pirámide

