

Màrqueting

Codi: 102138
Crèdits: 6

2024/2025

Titulació	Típus	Curs
2501231 Comptabilitat i Finances	OB	2

Professor/a de contacte

Nom: Roger Pladellorens Pertegaz

Correu electrònic: roger.pladellorens@uab.cat

Equip docent

Jordi Gamundi Ballbé

Roger Pladellorens Pertegaz

Ramon Fabre Vernedas

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

Prerequisits

Es recomana que l'alumne tingui coneixements adients d'economia de l'empresa.

Objectius

L'assignatura de màrqueting representa una matèria bàsica dins els estudis de Comptabilitat i Finances perquè forma a l'alumne en aspectes centrals de la gestió empresarial, en concret de la gestió comercial.

Es tracta d'una assignatura obligatòria que es cursa quan l'estudiant ja ha adquirit una formació base d'empresa. L'assignatura proporciona a l'alumne una formació integral en l'àmbit del màrqueting, desenvolupant els coneixements bàsics i les competències específiques d'aquesta àrea empresarial.

Una formació en gestió comercial és imprescindible per a una correcta inserció laboral dels graduats. En qualsevol situació l'estudiant haurà de tenir una visió àmplia de la gestió empresarial per a poder portar a terme correctament la seva feina i poder créixer dins de l'estructura de l'organització.

Els objectius són:

- Entendre i saber valorar els principals conceptes i eines del màrqueting.
- Comprendre la importància del màrqueting en l'empresa i en la societat.

- Fer un anàlisi intern i extern de l'empresa i determinar un diagnòstic de la situació comercial.
- Conèixer les diferents estratègies de màrqueting competitives.
- Interrelacionar les decisions de màrqueting/comercials amb la resta de decisions de les altres àrees funcionals de l'empresa.

Resultats d'aprenentatge

1. CM34 (Competència) Identificar situacions internes de l'empresa que necessiten un canvi o millora des de l'àmbit comptable i financer.
2. CM35 (Competència) Analitzar una situació pròpia de l'àmbit comptable i financer identificant-ne els punts de millora.
3. KM26 (Coneixement) Relacionar els punts forts i febles de les diferents formes organitzatives.
4. SM29 (Habilitat) Argumentar la importància del màrqueting estratègic com a font d'avantatges competitius per a l'organització.
5. SM30 (Habilitat) Citar les característiques dels diferents instruments del màrqueting mix.
6. SM31 (Habilitat) Diagnosticar la situació comercial de l'empresa.
7. SM32 (Habilitat) Elaborar un pla de màrqueting seguint les fases i amb tots els elements.
8. SM33 (Habilitat) Interrelacionar les decisions comercials amb la resta de les decisions funcionals d'una empresa.

Continguts

INTRODUCCIÓ AL MÀRQUETING

1. Fonaments de màrqueting: conceptes bàsics
2. Planificació comercial
3. Investigació comercial

ELS MERCATS, LA DEMANDA I EL COMPORTAMENT DEL CONSUMIDOR

1. Mercats i demanda
2. Segmentació de mercats
3. Posicionament de productes

DISSENY DE LES ESTRATEGIES DE MÀRQUETING MIX

1. Disseny d'estratègies
2. Decisions de producte i marca
3. Decisions sobre preus
4. Decisions de canals de distribució
5. Decisions de comunicació

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes pràctiques i realització d'activitats d'aprenentatge actiu	21	0,84	CM34, CM35, KM26, SM29, SM30, SM31, SM32, SM33
Classes teoria	32,5	1,3	CM34, CM35, KM26, SM29, SM30, SM31, SM32, SM33
Tipus: Supervisades			
Elaboració informe supervisat	15	0,6	CM34, CM35, KM26, SM29, SM30, SM31, SM32, SM33
Tipus: Autònomes			
Estudi	40	1,6	CM34, CM35, KM26, SM29, SM30, SM32, SM33
Realització de pràctiques i exercicis individual i en grup	20	0,8	CM34, CM35, KM26, SM29, SM30, SM31, SM32, SM33

L'assignatura de màrqueting farà servir una combinació de metodologies docents per tal de potenciar l'aprenentatge per part de l'alumne.

1. Classes magistrals amb suport TIC: En aquestes sessions els professors desenvoluparan els principals conceptes i nocions de l'assignatura.
2. Sessions de treball centrades en un cas pràctic: S'utilitzarà la metodologia del cas per conèixer millor els diferents conceptes i models treballats en les sessions magistrals. Els estudiants rebran un cas sobre el qual hauran d'efectuar un informe que serà objecte de discussió a classe.
3. Realització d'activitats pràctiques i exercicis: Els estudiants hauran de resoldre de forma autònoma o amb petits grups de treball les pràctiques i exercicis proposats. Algunes d'aquestes activitats es realitzaran a l'aula i altres no.
4. Activitats complementàries: Lectura d'articles de premsa o recensions de llibres que contribueixin a il·lustrar i aclarir aspectes rellevants del contingut de l'assignatura.
5. Tutories presencials: L'estudiant disposarà d'unes hores on els professors de l'assignatura podran ajudar-lo/la a resoldre els dubtes que se li presentin en l'estudi de la matèria i/o en la resolució dels problemes.

Nota: Es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Assistència, participació i exercicis	15%	10	0,4	CM34, CM35, KM26, SM29, SM30, SM31, SM32, SM33
Examen	50%	1,5	0,06	CM34, CM35, KM26, SM29, SM30, SM31, SM32, SM33
Informe escrit	35%	10	0,4	CM34, CM35, KM26, SM29, SM30, SM31, SM32, SM33

L'avaluació de l'assignatura de Màrqueting tindrà en compte els següents components:

- (1) Examen final: 50 % de la nota.
- (2) Assistència, participació i exercicis : 15 % de la nota
- (3) Treball en Grup (informe escrit): 35 % de la nota.

L'alumne ha de treure una nota mínima de 4 en l'examen (prova escrita) per poder calcular la nota mitjana del curs. En aquest cas superarà l'assignatura si la seva qualificació en el conjunt dels components de l'avaluació és de 5 o superior; i en cas contrari tindrà dret a anar a recuperació en els termes que es poden veure més avall.

Si la nota de l'examen és inferior a 4 però fent el càlcul de la mitjana obtingués més de 5, podrà també fer la prova de recuperació, en el benentès de que si no la supera, la qualificació final de l'assignatura serà la de la prova final.

L'alumne serà considerat com "no avaluable" sempre i quan no hagi participat en cap de les activitats d'avaluació. Per tant, si un estudiant realitza ALGUNA de les activitats avaluatives ja no pot ser considerat com "no avaluable".

Calendari d'activitats d'avaluació:

Les dates de les diferents proves d'avaluació (exàmens parcials, exercicis en aula, entrega de treballs, ...) s'anunciaran amb suficient antelació durant el semestre.

La data de l'examen final de l'assignatura està programada en el calendari d'exàmens de la Facultat.

*"La programació de les proves d'avaluació no es podrà modificar, tret que hi hagi un motiu excepcional i degudament justificat pel qual no es pugui realitzar un acte d'avaluació. En aquest cas, les persones responsables de les titulacions, prèvia consulta al professorat i a l'estudiantat afectat, proposaran una nova programació dins del període lectiu corresponent." **Apartat 1 de l'Article 115. Calendari de les activitats d'avaluació (Normativa Acadèmica UAB)***

Els estudiants i les estudiantes de la Facultat d'Economia i Empresa que d'acord amb el paràgraf anterior necessitin canviar una data d'avaluació han de presentar la petició omplint el document Sol·licitud reprogramació prova https://eformularis.uab.cat/group/deganat_feie/reprogramacio-proves

Procediment de revisió de les qualificacions:

Coincidint amb l'examen final s'anunciarà el dia i el mitjà en que es publicaran les qualificacions finals. De la mateix manera s'informarà del procediment, lloc, data i hora de la revisió d'exàmens d'acord amb la normativa de la Universitat.

Procés de Recuperació:

"Per participar al procés de recuperació l'alumnat ha d'haver estat prèviament avaluat en un conjunt d'activitats que representi un mínim de dues terceres parts de la qualificació total de l'assignatura o mòdul." Apartat 3 de

l'Article 112 ter. La recuperació (Normativa Acadèmica UAB). Els estudiants i les estudiants han haver obtingut una qualificació mitjana de l'assignatura entre 3,5 i 4,8.

La data d'aquesta prova estarà programada en el calendari d'exàmens de la Facultat. L'estudiant que es presenti i la superi aprovarà l'assignatura amb una nota de 5. En cas contrari mantindrà la mateixa nota.

Irregularitats en actes d'avaluació

Sense perjudici d'altres mesures disciplinàries que s'estimin oportunes, i d'acord amb la normativa acadèmica vigent, "en cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0". Apartat 10 de l'Article 116. Resultats de l'avaluació. (Normativa Acadèmica UAB).

2 Assignatura o mòdul que SÍ contempla l'AVALUACIÓ ÚNICA:

2.1 PROVA D'AVALUACIÓ ÚNICA (Art. 265 de la Normativa Acadèmica de la UAB)

La sol·licitud d'avaluació única suposa la renúncia a l'avaluació continuada.

L'avaluació única ha de ser sol·licitada a la Gestió Acadèmica del Campus on es cursa el grau/màster dins del termini i amb el procediment que estableix el calendari administratiu de la Facultat d'Economia i Empresa.

Presencialitat:

- La presència del o de l'estudiant és obligatòria el dia que es realitzi l'avaluació única. La data serà la mateixa que la de l'examen final de semestre que consta en el calendari d'avaluacions publicat per la Facultat d'Economia i Empresa i aprovat en Comissió d'Afers Docents i Acadèmics de la Facultat. La duració de l'avaluació única s'haurà d'especificar dins les característiques de l'activitat.
- El 100% de les evidències s'han de lliurar el dia de l'avaluació única.
- Les evidències d'avaluació realitzades presencialment el dia de l'avaluació única han de tenir un pes mínim del 70%.

Ha de constar la següent informació referida a les característiques de l'avaluació única. Suggestim incorporar la següent taula:

Tipologia Evidència (1)	Pes a l'avaluació final (%) (2)	Durada de l'activitat	L'activitat que dona lloc a l'evidència es realitza presencialment en la data establerta? (SÍ/NO) (3)
Examen únic (teòric i pràctic)	100%	3 hores	SI
◀ TOTAL	100%		

(1) Títol descriptiu de cada evidència (examen, resolució llistes de problemes, anàlisi de casos, activitat realitzades amb un software específic que cal conèixer....)

(2) Pes de l'evidència en el conjunt de l'assignatura (especificar els percentatges de cada evidència d'avaluació que l'alumne ha de fer i/o presentar)

(3) Per a cada evidència: L'activitat que dona lloc a l'evidència es realitza presencialment en la data establerta per a l'avaluació única? SI/NO

2.2 RECUPERACIÓ:

"En la recuperació no es fa distinció entre els estudiants que han fet avaluació contínua i aquells que han optat per l'avaluació única, tots s'avaluen amb la mateixa prova o evidència d'avaluació."

2.3 REVISIÓ DE LA QUALIFICACIÓ FINAL:

"La revisió de la qualificació final segueix el mateix procediment que per a l'avaluació continuada".

Bibliografia

- BÀSICA:

DE-JUAN-VIGARAY, MARÍA D.: "Fundamentos de Marketing", Ed. Publicacions de la Universitat d'Alacant, 2017.

- COMPLEMENTARIA:

- Juárez, Fernando. Principios de marketing. Primera edición. Bogotá D.C.: Editorial Universidad del Rosario, 2018 (disponible en línea: <https://elibro.net/es/lc/uab/titulos/70739>).

- M. SANTESMASES, M^a J. Merino, J. Sanchez y T. Pintado: "Fundamentos de Marketing", Ed. Pirámide (2018), 2^a edición adaptada al EEES.

- KOTLER P., ARMSTRONG (2009) Introducción al Marketing (3^a ed.) Pearson - Prentice Hall.

- ÁGUEDA ESTEBAN Y J.A.MONDÉJAR (2015) "Fundamentos de Marketing", Esic, 2^a edición.

- ÁGUEDA ESTEBAN Y CARLOTA LORENZA (2013) " Dirección Comercial", Esic, 1^a edición.

Programari

Coneixements avançats de Microsoft Office i facilitat per les noves tecnologies.

Llista d'idiomes

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(PAUL) Pràctiques d'aula	101	Català	segon quadrimestre	matí-mixt
(PAUL) Pràctiques d'aula	501	Català	segon quadrimestre	tarda
(TE) Teoria	10	Català	segon quadrimestre	matí-mixt
(TE) Teoria	50	Català	segon quadrimestre	tarda