

## Màrqueting II

Codi: 102352  
Crèdits: 6

2024/2025

Titulació	Tipus	Curs
2501572 Administració i Direcció d'Empreses	OB	3

### Professor/a de contacte

Nom: Rossano Eusebio

Correu electrònic: rossano.eusebio@uab.cat

### Idiomes dels grups

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

### Prerequisits

Es recomana que l'alumne tingui coneixements adequats d'economia de l'empresa i haver cursat l'assignatura de Màrqueting I

### Objectius

Objectius

El màrqueting representa una matèria bàsica dins dels estudis del Grau d'Administració i Direcció d'Empreses perquè forma a l'alumne en aspectes centrals de la gestió empresarial, en concret de la gestió del departament de màrqueting i del departament de la Direcció Comercial. Una formació en gestió comercial i màrqueting és necessària per una correcta inserció laboral d'un graduat en Administració i Direcció d'Empreses cap a empreses de tots els sectors productius. És també important pels graduats en Economia per a tenir una visió global del funcionament de l'àrea de màrqueting de l'empresa. En totes aquestes situacions l'alumne haurà de tenir una visió àmplia de la gestió empresarial per tal de dur a terme el seu treball i poder créixer dins l'estructura de l'organització. Els coneixements de màrqueting s'adquireixen a través de 2 assignatures obligatòries: màrqueting I i màrqueting II. Aquestes dues assignatures són obligatòries de tercer curs on l'alumne ja ha adquirit prèviament una formació base d'empresa. Aquesta assignatura en particular proporciona a l'alumne una formació integral a l'àmbit del màrqueting operatiu, ja que l'alumne ha adquirit els conceptes bàsics del màrqueting estratègic a l'assignatura màrqueting I

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

- 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 màrqueting i valorar les interaccions que es produeixen entre ells.

### Competències

- Actuar amb responsabilitat ètica i amb respecte pels drets i deures fonamentals, la diversitat i els valors democràtics.
- Capacitat d'adaptació a entorns canviants.
- Capacitat de comunicació oral i escrita en català, castellà i anglès, que permeti sintetitzar i presentar oralment i per escrit la feina feta.
- Capacitat de continuar aprenent en el futur de manera autònoma, aprofundint els coneixements adquirits o iniciant-se en noves àrees de coneixement.
- Demostrar iniciativa i treballar autònomament quan la situació ho demani.
- Demostrar que es coneixen els processos d'implementació d'estratègies de les empreses.
- Organitzar la feina, pel que fa a una bona gestió del temps i a la seva ordenació i planificació.
- Prendre decisions en situacions d'incertesa i mostrar un esperit emprenedor i innovador.
- Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements propis a la seva feina o vocació d'una manera professional i tinguin les competències que se solen demostrar per mitjà de l'elaboració i la defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.
- Seleccionar i generar la informació necessària per a cada problema, analitzar-la i prendre decisions partint d'aquesta informació.
- Transmetre els objectius de l'empresa, del departament o de la feina que es desenvolupa d'una manera clara.
- Treballar en equip i ser capaç d'argumentar les propostes pròpies i validar o refusar raonadament els arguments d'altres persones.

## Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar críticament els principis, valors i procediments que regeixen l'exercici de la professió.
2. Capacitat d'adaptació a entorns canviants.
3. Capacitat de comunicació oral i escrita en català, castellà i anglès, que permeti sintetitzar i presentar oralment i per escrit la feina feta.
4. Capacitat de continuar aprenent en el futur de manera autònoma, aprofundint els coneixements adquirits o iniciant-se en noves àrees de coneixement.
5. Demostrar iniciativa i treballar autònomament quan la situació ho demani.
6. Establir estratègies d'innovació i desenvolupament de nous productes.
7. Formular i dissenyar diferents estratègies de creixement i diferenciació.
8. Identificar els diferents elements que configuren un pla de màrqueting, i elaborar un pla de màrqueting.
9. Organitzar la feina, pel que fa a una bona gestió del temps i a la seva ordenació i planificació.
10. Prendre decisions en situacions d'incertesa i mostrar un esperit emprenedor i innovador.
11. Proposar projectes i accions que estiguin d'acord amb els principis de responsabilitat ètica i de respecte pels drets fonamentals, la diversitat i els valors democràtics.
12. Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements propis a la seva feina o vocació d'una manera professional i tinguin les competències que se solen demostrar per mitjà de l'elaboració i la defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.
13. Seleccionar i generar la informació necessària per a cada problema, analitzar-la i prendre decisions partint d'aquesta informació.
14. Traslladar els objectius estratègics en programes de màrqueting-mix concrets.
15. Treballar en equip i ser capaç d'argumentar les propostes pròpies i validar o refusar raonadament els arguments d'altres persones.

## Continguts

### A. PLANIFICACIÓ DE LES ACCIONS DE MÀRQUETING

1. La gestió de productes, marques i envasos: els diferents components del producte, com la qualitat, l'envàs i l'etiqueta, la marca, i el servei d'atenció al client. les decisions de marca de les empreses i les estratègies de producte i de cartera
2. El desenvolupament de nous productes i cicle de vida: El procés d'innovació i adopció de nous productes, i les seves implicacions estratègiques en el cicle de vida del producte.

3. Les decisions de preus: importància de la política de preu en el màrqueting empresarial. Anàlisi de la demanda i els costos de l'empresa. Tècniques de fixació de preus i estratègies de preus segons l'entorn, la competència i el consumidor.

4. El desenvolupament d'estratègies integrades de comunicació i eines de comunicació: disseny de les estratègies de comunicació integrades a través de les diferents variables de comunicació. Instruments de comunicació a disposició de l'empresa per al mercat i la resta dels públics externs que són d'interès per a l'empresa. Desenvolupament del pla de comunicació.

5. La gestió dels canals de distribució i estratègies de distribució: Importància dels canals de distribució i els objectius que persegueixen; alternatives de distribució a disposició de l'empresa. Relació entre agents de distribució i resolució de conflictes.

6. Introducció al software de planificació de recursos empresarials (SAP); aplicacions i casos pràctics

## B. GESTIÓ DEL PLA DE MÀRQUETING

1. Màrqueting i noves tecnologies: Anàlisi de les noves tecnologies a disposició de l'empresa que confirmen el màrqueting digital. Posicionament en línia i estratègies d'E-commerce. Introducció al pla de màrqueting digital

2. Posada en pràctica del pla de màrqueting: realització del pla de màrqueting i implementació del mateix; control del grau de compliment del pla i estratègies de correcció

## Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes Teoria	32,5	1,3	6, 7, 8, 14
classes: resolució d'exercis	17	0,68	3, 6, 7, 8, 13
Tipus: Supervisades			
Tutories	6	0,24	6, 7, 8, 14
Tipus: Autònomes			
Desenvolupament de casos pràctics	15,5	0,62	2, 3, 4, 5, 8, 9, 10, 13, 15
Desenvolupament del treball final	23	0,92	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 15
Estudi	50	2	6, 7, 8, 9, 13, 14

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: 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.

"La metodologia docent proposada pot experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries"

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
Defensa de treballs	25%	2	0,08	2, 3, 4, 5, 9, 10, 13, 15
Examen	50%	2	0,08	6, 7, 8, 14
Presentació Casos Pràctics i activitats a classe	25%	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15

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

- 1) Treball (35%): Consisteix en un treball que es realitza per grups formats per 3-4 alumnes i es lliurarà a final del curs.
- 2) Resolució de casos pràctics (10%): Consisteix en la resolució de casos pràctics.
- 3) Participació a classe, discussió de notícies o altres activitats dirigides (15%): aquest apartat avalua la participació activa dels alumnes mitjançant la resolució de qüestions, la discussió de notícies i la aportació de informació actual sobre les problemàtiques empresarials
- 4) Prova escrita (40%): examen.

Per calcular la nota de l'assignatura segons les ponderacions indicades cal obtenir una nota mínima de 4/10 a l'examen. Si un estudiant no obté aquesta nota mínima no es calcularà la mitjana i la nota de l'assignatura serà l'obtinguda a l'examen.

Els estudiants i les estudiantants no seran avaluats en el cas en que no presentin el treball final i els casos pràctics o bé no es presentin a l'examen final

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'estudiant 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 estudiantants 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](https://eformularis.uab.cat/group/deganat_feie/reprogramacio-proves)

Tots els alumnes tenen l'obligació de realitzar les tasques avaluable. En el cas en que l'alumne/a obtingui una avaluació de l'examen final de un mínim de 4/10 podrà sumar les notes de la avaluació continuada. Si la nota de curs de l'alumne és 5 o superior, es considera superada l'assignatura i aquesta no podrà ser objecte d'una nova avaluació. En el cas d'una nota inferior a 5, l'estudiant podrà presentar-se a la prova de recuperació. En el cas que l'alumne/a no obtingui a l'examen final una nota mínima de 4/10 no se li sumarà la nota de l'avaluació continuada i haurà de repetir l'assignatura. Els professors de l'assignatura decidiran la

modalitat d'aquesta prova. Quan la nota de la prova de recuperació sigui igual o superior a 5, la qualificació final de l'assignatura serà d'APROVAT essent la nota numèrica màxima un 5. Quan la nota de la prova de recuperació sigui inferior a 5, la qualificació final de l'assignatura serà de SUSPENS essent la nota numèrica la nota de curs (i no la nota de la prova de recuperació)

Un estudiant que no es presenta a cap prova avaluable es considera no avaluable, per tant, un estudiant que realitza alguna component d'avaluació continuada ja no pot ser qualificat com "no avaluable"

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 mateixa 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 tercers 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 d'haver obtingut una qualificació mitjana de l'assignatura entre 3,5 i 4,9 sempre que la qualificació de l'examen final sigui mínim de 4/10.*

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)***

***"L'avaluació proposada pot experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries."***

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'Asser 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.*

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	50%	2 H	SI
Anàlisi de casos pràctics	25%	1,5 H	SI
Investigació Comercial	25%	1,5 H	SI
TOTAL	100%	5 H	

(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

L'alumne ha de treure una puntuació mínima de 4/10 en cada una de les parts de la prova. En cas contrari, no es farà el promitg de les proves i la assignatura estarà suspesa

## 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." Si la nota final de la prova està entre 3,5/10 i 4,9/10, l'alumne tindrà dret a la recuperació.*

## 2.3 REVISIÓ DE LA QUALIFICACIÓ FINAL:

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

## Bibliografia

### Bibliografía Básica

G. Armstrong, P. Kotler, : "Fundamentos Marketing". Ed. Pearson, 13ª edición (2017 - Última Edició)

M. Santesmases, Mª J. Merino, J. Sanchez y T. Pintado: "Fundamentos de Marketing", Ed. Pirámide, 2ª edición (2018 - Última Edició).

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTÀRIA

Juarez, F. :Principios de Marketing, Ed. Universidad del Rosario (2018) - Ebook

G. Armstrong, P. Kotler, : "Principios de Marketing". Ed. Libros Palermo, (2018)

SANCHEZ, J. "Estrategias y planificación en marketing". Ed. Piramide, 1ª edición adaptado el EEES, 2010.

Col·lecció Materials, Direcció Comercial: Guia de Estudio. Servei de Publicacions. UAB. 2008

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

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

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

**B. LA GESTIÓ DEL PLA DE MÀRKETING**

## Programari

La activitat docent i de treball no necessita cap programa informàtic particular. Amb un ordinador portàtil o una tablet amb paquet office es poden realitzar les activitats de recerca de la informació necessària per a les pràctiques.

## Llista d'idiomes

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(PAUL) Pràctiques d'aula	2	Català	primer quadrimestre	matí-mixt
(PAUL) Pràctiques d'aula	4	Anglès	primer quadrimestre	matí-mixt
(PAUL) Pràctiques d'aula	52	Català	primer quadrimestre	tarda
(PAUL) Pràctiques d'aula	60	Català	segon quadrimestre	matí-mixt
(PLAB) Pràctiques de laboratori	2	Català	primer quadrimestre	matí-mixt
(PLAB) Pràctiques de laboratori	4	Anglès	primer quadrimestre	matí-mixt
(PLAB) Pràctiques de laboratori	52	Català	primer quadrimestre	tarda
(PLAB) Pràctiques de laboratori	60	Català	segon quadrimestre	matí-mixt
(TE) Teoria	2	Català	primer quadrimestre	matí-mixt
(TE) Teoria	4	Anglès	primer quadrimestre	matí-mixt
(TE) Teoria	52	Català	primer quadrimestre	tarda
(TE) Teoria	60	Català	segon quadrimestre	matí-mixt