

Titulació	Tipus	Curs
Comptabilitat i Finances	OP	4

Professor/a de contacte

Nom: Rossano Eusebio

Correu electrònic: rossano.eusebio@uab.cat

Equip docent

Rossano Eusebio

Idiomes dels grups

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

Prerequisits

Es recomana que els alumnes hagin cursat l'assignatura "Màrqueting" abans de cursar Màrqueting de Serveis i Intangibles doncs ja tindran assolits uns coneixements de base que els facilitaràn assolir els objectius d'aquesta assignatura.

No hi ha, però, cap requisit previ.

Objectius

Els objectius de Màrqueting de Serveis i Intangibles són familiaritzar a l'alumne amb la pràctica del màrqueting més directament relacionada amb la seva formació; la comptabilitat i les finances són serveis, intangibles, tant interns (departament de comptabilitat, departament financer, gestió patrimonial) com externs (auditoria, banca, serveis externalitzats de comptabilitat, gestoria).

L'assignatura profunditza en el coneixement i pràctica del màrqueting de serveis, els consumidors de serveis, el mix de màrqueting a les empreses de serveis i la planificació i control del màrqueting de serveis i intangibles.

També és objectiu d'aquesta assignatura fer a l'alumne capaç d'identificar i resoldre les necessitats de màrqueting de serveis i intangibles que una empresa pugui haver de fer front.

Resultats d'aprenentatge

1. CM35 (Competència) Analitzar una situació pròpia de l'àmbit comptable i financer identificant-ne els punts de millora.
2. KM26 (Coneixement) Relacionar els punts forts i febles de les diferents formes organitzatives.
3. SM29 (Habilitat) Argumentar la importància del màrqueting estratègic com a font d'avantatges competitius per a l'organització.
4. SM30 (Habilitat) Citar les característiques dels diferents instruments del màrqueting mix.
5. SM31 (Habilitat) Diagnosticar la situació comercial de l'empresa.
6. SM32 (Habilitat) Elaborar un pla de màrqueting seguint les fases i amb tots els elements.
7. SM33 (Habilitat) Interrelacionar les decisions comercials amb la resta de les decisions funcionals d'una empresa.
8. SM34 (Habilitat) Citar les especificitats del màrqueting de productes intangibles enfront de productes tangibles.

Continguts

El temari proposat és el següent:

- 1.- El màrqueting a les empreses
- 2.- Els serveis, les empreses de serveis i els consumidors
- 3.- Mix de màrqueting de les empreses de serveis
- 4.- Planificació i control del màrqueting a les empreses de serveis

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes Teòrico-Pràctiques	37	1,48	CM35, KM26, SM29, SM30, SM31, SM32, SM33, SM34
resolució de casos pràctics i pla de màrqueting	12,5	0,5	
Tipus: Supervisades			
Tutories	6	0,24	KM26, SM31, SM34
Tipus: Autònomes			
Desenvolupament de casos pràctics	15,5	0,62	CM35, KM26, SM30, SM31, SM33, SM34
Desenvolupament del treball final	23	0,92	CM35, KM26, SM29, SM30, SM31, SM32, SM33, SM34
estudi individual	50	2	KM26, SM29, SM31

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

- 1) Classes magistrals: en aquestes sessions el professor desenvoluparà 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, perquè els alumnes completin les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Defensa del Treballs	25%	2	0,08	CM35, KM26, SM29, SM30, SM31, SM32, SM33, SM34
examen	50%	2	0,08	SM30, SM33, SM34
Presentació Casos Pràctics, discussió de notícies de premsa i activitats a classe	25%	2	0,08	CM35, KM26, SM31, SM33

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

- 1) Treball (25%): 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 (50%): examen.

Per a aprovar l'assignatura s'ha de demostrar suficiència en cada apartat del examen (punt 4) amb una puntuació mínima de 4/10.

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

Intel·ligència artificial

Ús restringit: Les activitats avaluatives busquen el raonament estratègic de l'alumnat. Per aquestes raons, es prohibeix utilitzar intel·ligència artificial a l'hora de desenvolupar-les. L'ús d'aquestes tecnologies de la informació es limita a la recerca d'informació però en cap cas per a la resposta i els raonaments requerits en el desenvolupament.

Avaluació Única:

"Aquesta assignatura no preveu el sistema d'avaluació única."

Calendari d'activitats d'avaluació

Les dates de les diferents proves d'avaluació (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 l'assignatura, 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

Per calcular la nota de l'assignatura segons les ponderacions indicades caldrà tenir una nota mínima de 4/10 a l'examen. Si un estudiant no obté aquesta nota mínima no es calcularà la nota mitjana, segons les indicacions establertes, i la nota de l'assignatura serà la obtinguda en el examen.

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

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 estudiantes han haver obtingut una qualificació mitjana de l'assignatura entre 3,5 i 4,8 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)**

Bibliografia

La assignatura seguirà l'estructura dels llibres recomanats:

Bibliografía básica (últimes edicions publicades):

Lovelock C. : El Marketing de Servicios. Ed. Addison-Wesley (2015)

Vilaseca Morales D. : Innovación y Marketing de Servicios en la Era Digital. Ed. ESIC (2014)

Fernández P. : La Gestión del Marketing de Servicios. Ed. Granica (2019)

Bibliografía complementària:

Lovelock, C., Wirtz, J : Marketing de servicios. Ed Pearson (2009)

V. Zeithaml, M. Bitner, D. Gremler: Services marketing : integrating customer focus across the firm, Mcgraw Hill (2018)

Grande Esteban, I. : Marketing de los servicios. Ed. ESIC (2005)

Programari

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

Grups i idiomes de l'assignatura

La informació proporcionada és provisional fins al 30 de novembre de 2025. A partir d'aquesta data, podreu consultar l'idioma de cada grup a través daquest [enllaç](#). Per accedir a la informació, caldrà introduir el CODI de l'assignatura

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