

| Titulació                           | Tipus | Curs |
|-------------------------------------|-------|------|
| Administració i Direcció d'Empreses | OP    | 4    |

## Professor/a de contacte

Nom : Teresa Obis Artal

Correu electrònic : [teresa.obis@uab.cat](mailto:teresa.obis@uab.cat)

## Prerequisits

No hi ha prerequisits, encara que és recomanable que els/les alumnes hagin cursat les assignatures Direcció de Màrqueting i Direcció Estratègica I i II.

## Idiomes dels grups

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

## Objectius

Formar al alumnat en la presa de decisions de màrqueting estratègic mitjançant l'ús d'un simulador o joc d'empreses.

El alumnat viu l'experiència pràctica de desenvolupar una estratègia de màrqueting completa. A partir de l'anàlisi de la informació disponible, els alumnes prenen les decisions corresponents i el simulador permet comprovar en temps real l'èxit o el fracàs de l'estratègia plantejada.

Es fa un ús intensiu de l'Excel per a basar la presa de decisions en les dades disponibles.

## Resultats d'aprenentatge

1. Capacitat d'adaptació a entorns canviants.
2. Capacitat de continuar aprenent en el futur de manera autònoma, aprofundint els coneixements adquirits o iniciant-se en noves àrees de coneixement.
3. Seleccionar i generar la informació necessària per a cada problema, analitzar-la i prendre decisions partint d'aquesta informació.
4. Prendre decisions en situacions d'incertesa i mostrar un esperit emprenedor i innovador.
5. Capacitat de comunicació oral i escrita en català, castellà i anglès, que permeti sintetitzar i presentar oralment i per escrit la feina feta.
6. Organitzar la feina, pel que fa a una bona gestió del temps i a la seva ordenació i planificació.
7. Demostrar iniciativa i treballar autònomament quan la situació ho demani.
8. Treballar en equip i ser capaç d'argumentar les propostes pròpies i validar o refusar raonadament els arguments d'altres persones.
9. Valorar els principals conceptes i instruments del màrqueting.
10. Valorar la importància de les relacions comercials a llarg termini amb els clients (màrqueting de relacions).
11. Identificar les diferències en l'aplicació del màrqueting a diferents sectors econòmics o tipologies d'organitzacions.
12. Entendre la importància del màrqueting estratègic com a font d'avantatges competitius per a l'organització.

13. Realitzar una anàlisi del mercat i de les estructures competitives, i determinar un diagnòstic estratègic per a l'empresa.
14. Formular i dissenyar diferents estratègies de creixement i diferenciació.
15. Establir estratègies d'innovació i desenvolupament de nous productes.
16. Reconèixer les diferents orientacions que pot adoptar una empresa.
17. Identificar els diferents elements que configuren un pla de màrqueting, i elaborar un pla de màrqueting.
18. Traslladar els objectius estratègics en programes de màrqueting-mix concrets.
19. Aplicar els conceptes de màrqueting estratègic per a la consecució d'una organització orientada al mercat.
20. Valorar els principals conceptes i instruments de comunicació (offline i online).
21. Identificar els diferents elements que configuren un pla de comunicació i elaborar un pla de comunicació.
22. Traslladar els objectius estratègics a programes de comunicació concrets.
23. Analitzar críticament els principis, valors i procediments que regeixen l'exercici de la professió.
24. Que els estudiants sàpiguin 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.
25. 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.

## Continguts

1. Formació de grups de treball i descripció general del model MARKSTRAT. Lliurament d'informació inicial i comentari de les lectures obligatòries.
2. Decisions de prova per familiaritzar-se amb el joc.
3. Presa de les decisions, de la 1 a la 9/10.
4. Desenvolupament d'un sistema d'informació per a l'ajuda a la presa de decisions.
5. Presentació oral i escrita del treball realitzat.
6. Anàlisi comparativa de les estratègies seguides pels diferents grups i conclusions.

## Activitats formatives i Metodologia

| Títol                                                                                   | Hores | ECTS | Resultats d'aprenentatge                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------|------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| Classes pràctiques, anàlisi de la informació i presa de decisions                       | 17    | 0,68 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25 |
| Tutories i seguiment dels treballs a realitzar i dels casos a preparar                  | 15    | 0,6  | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25 |
| Lectures relacionades, preparació de casos i pràctiques, estudi i elaboració d'esquemes | 69    | 2,76 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25 |
| Classes teòriques, discussió de casos i presentació de treballs                         | 32,5  | 1,3  | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25 |

Es tracta d'un joc d'empreses que gira fonamentalment entorn de decisions de Màrqueting i Direcció d'empreses (recerca de mercats, política de preus, publicitat, posicionament, segmentació i constitució de la cartera de productes) estudiant la repercussió d'aquestes decisions mitjançant una anàlisi de la informació

comptable i de mercat. Es constitueixen grups d'estudiants i cadascun d'ells gestiona una empresa fictícia. Les empreses entren en competència en un mateix mercat i en funció de les decisions que pren cada grup es configuren les posicions, participacions i resultats econòmics de cada empresa. Al final es fa un estudi dels resultats obtinguts i s'analitzen les decisions preses en funció de la teoria i els conceptes que s'han estudiat en altres assignatures del grau.

L'assistència a les classes és obligatòria, des d'el primer dia de classe, ja que l'anàlisi de la informació disponible i les decisions es realitza en la pròpia classe. Formeu part del comitè de direcció d'una empresa i no us podeu perdre les decisions que es prenen en cada sessió.

El programari utilitzat en aquesta assignatura és el següent:

Makstrat-2: joc d'empresa en el qual es basa l'assignatura.

Excel: ús intensiu d'aquesta eina per a analitzar la informació disponible i millorar la presa de decisions.

Teams: treball en equip i transferència de fitxers entre els estudiants d'un grup i amb el professorat que gestiona el joc.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè l'alumnat completi 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                                                                  |
|------------------------------------|-----|-------|------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| Examen Markstrat                   | 20% | 1     | 0,04 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25 |
| Creació d'un quadre de comandament | 10% | 2     | 0,08 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25 |
| Presentació de resultats           | 15% | 2,5   | 0,1  | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25 |
| Informe final del grup             | 15% | 2,5   | 0,1  | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25 |
| Resultats simulació                | 40% | 8,5   | 0,34 | 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25 |

\* Prova individual sobre el Manual del Markstrat (20%).

\* Resultats obtinguts pel grup en la simulació (40% de la nota).

- L'alumne/a que no superi el 80% d'assistència perdrà un 50% de la nota obtinguda pel seu grup en la simulació.

- L'alumne/a que no superi el 70% d'assistència perdrà el 100% de la nota obtinguda pel seu grup en la simulació.

L'assistència es computarà de la següent manera: present = 2 punts, Retràs o Falta justificada = 1, Falta no justificada = 0 punts.

\* Informe final del grup sobre l'estratègia i els resultats de la seva empresa (15%).

\* Presentació d'algun resultat remarcable que s'ha produït en la gestió de la seva empresa (15%).

\* Elaboració d'un quadre de comandament que permeti visualitzar els principals indicadors de gestió (KPI) (10%).

Un/a alumne serà considerat "No avaluable" en l'assignatura, si informa el professor que deixa l'assignatura abans de la setmana 7 del curs.

Aquesta assignatura no preveu el sistema d'avaluació única.

#### Calendari d'activitats d'avaluació

Les dates de les diferents proves d'avaluació (exàmens parcials, exercicis, lliurament de treballs, ...) s'anunciaran al campus virtual a l'inici del curs i es realitzaran dins de les setmanes de docència. No hi ha examen final de l'assignatura.

*"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](https://eformularis.uab.cat/group/deganat_feie/reprogramacio-proves)

#### Procediment de revisió de les qualificacions

Al campus virtual 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 4,9.

La data d'aquesta prova estarà programada en el calendari d'exàmens de la Facultat. L'estudiant/a 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

La realització de les activitats d'avaluació està subjecta al que estableix aquesta guia docent, així com a la "[Política de la Facultat d'Economia i Empresa davant la detecció d'irregularitats durant la realització d'activitats avaluatives](#)", que regula les condicions de desenvolupament de les proves d'avaluació i els procediments aplicables en cas de detectar-se irregularitats. Es recomana a l'estudiantat consultar-ne el contingut.

## Ús de tecnologies d'Intel·ligència Artificial (IA)

Per a aquesta assignatura, es permet l'ús restringit de tecnologies d'Intel·ligència Artificial (IA), exclusivament en tasques de suport, com la cerca bibliogràfica o d'informació, la correcció de textos o les traduccions. L'estudiant haurà d'identificar clarament quines parts han estat generades amb aquesta tecnologia, especificar les eines emprades i incloure una reflexió crítica sobre com aquestes han influït en el procés i el resultat final de l'activitat. La no transparència de l'ús de la IA en una activitat avaluable es considerarà falta d'honestat acadèmica i pot comportar una penalització parcial o total en la nota de l'activitat, o sancions majors en casos de gravetat.

## Bibliografia

### BIBLIOGRAFIA BASICA:

*Markstrat-2. Manual del Participante.* Publicació Interna

Larréché, J. C. y Gatignon, M.: *Markstrat-2, Marketing, Strategy Simulation*, The Scientific Press, 1990

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA:

UDIZ GERMAN: \"Manual de Dirección Comercial i Marketing\", Ed. Grudiz, (2019 - Última Edició)-Edició Electrónica.

ANTONIO MATEO SANZ, :\"Dirección Comercial\", Ed. Ommpress, (2019 - Última Edició)

PÉREZ Fabián i SCHEFER Raymon,:\"Dirección Comercial Avanzada: Del Análisis a la Propuesta de Valor\", Ed. Cengage (2015 - Última Edició) - Edició Electrónica

GRANT, R.M. (2014): *Dirección estratégica*. Madrid: Civitas.

GUERRAS, L.A.; NAVAS, J.E. (2015): *La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones*. Madrid: Thomson-Civitas.

## Programari

Markstrat - 2

Microsoft Excel

Microsoft Teams

## Grups i idiomes de l'assignatura

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

| Tipus de docència | Grup | Idioma   | Semestre | Torn      |
|-------------------|------|----------|----------|-----------|
| (TE) Teoria       | 51   | Espanyol | primer   | matí-mixt |

|                                 |    |          |                     |           |
|---------------------------------|----|----------|---------------------|-----------|
| quadrimestre                    |    |          |                     |           |
| (PLAB) Pràctiques de laboratori | 51 | Espanyol | primer quadrimestre | matí-mixt |