



DIRECCIÓ COMERCIAL

Guia de l'assignatura



Escola Tècnica Superior d'Enginyeries
Industrial i Aeronàutica de Terrassa

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE CATALUNYA

ENGINYERIA EN ORGANITZACIÓ INDUSTRIAL

Modalitat presencial

27810 Direcció Comercial. Guia de l'assignatura

Aprovada en CAA de data 8/06/05

Modificada en CAA de data 27/05/09

1

Crèdits: 4.5
Crèdits ECTS: 3.6
Tipus: Troncal
Coordinador: Anna Solans
Altres Professors:
Departament: Organització d'Empreses

Presentació

Coneixements previs

Conceptes bàsics d'empresa

Camps professionals

Direcció comercial, direcció estratègica, Marketing, vendes, Investigació mercats

Relació amb altres assignatures

Administració d'empreses, Direcció financera, Creació d'empreses, Innovació

Objectius generals

Iniciar l'alumne en el camp comercial i de màrqueting tant a la seva vessant conceptual com a la pràctica. Per aconseguir l'objectiu, es pretén:

- Comunicar els coneixements que permetin assimilar l'essència del màrqueting i mostrar la seva rellevància en l'estratègia global de l'empresa.
- Subministrar un model de referència de l'estratègia de màrqueting per resoldre els problemes amb què s'enfronta una empresa real.
- Ajudar a entendre com aplicar el màrqueting per conèixer i satisfer les necessitats dels clients.
- Comunicar els aspectes que componen un pla de màrqueting.
- Transmetre els coneixements que permetin dominar les variables del marketing-mix: preu, producte, distribució i comunicació.

Temari

Mòdul 1.

1. Introducció.
Presentació de l'assignatura. Evolució històrica del mercat i del màrqueting.
Definició i visió global del màrqueting. Conceptes bàsics: necessitats, desitjos i demandes.
Productes, béns, serveis i idees. Valor i satisfacció.
El mercat. La demanda.
2. La segmentació del mercat.
Definició. Beneficis. Consideracions. Requisits de segmentació. Criteris i variables de segmentació.
3. El comportament del consumidor.
Introducció. Característiques. La decisió de compra. Factors influents. El procés de compra.
Models sobre el comportament del consumidor.
4. La gestió del màrqueting.
L'activitat i direcció comercial. Els instruments del màrqueting: política de producte, política de preu, política de posició, política de distribució.
5. Sistemes d'informació investigació comercial.
El procés d'investigació comercial. Fonts d'informació. Instruments. La mostra. Interpretació de les dades.

Mòdul 2.

6. Política de producte.
Concepte i classificació. Gestió del producte. Marca. *Packaging*. Posicionament.
Desenvolupament de nous productes.
7. Cicle de vida del producte
Definició i descripció. Fases. Ritme de maduració. Polítiques i característiques de cada fase.
8. Política de preus.
Factors influents en la fixació de preus. Valor. Estratègies. Anàlisi de decisions. Models.
9. Política de distribució.
Concepte. Formes. Estructura. El canal de distribució. Logística de la distribució.
10. Política de comunicació.
El procés de comunicació. La promoció. Factors influents. Estratègia de publicitat. El missatge publicitari. Relacions públiques. Màrqueting directe.
11. El programa comercial.
Missió i objectius. Tipus d'estratègia comercial. Organització de l'empresa.

Objectius específics dels mòduls

■ Mòdul 1

Màrqueting estratègic. Introduir l'alumne en l'essència del màrqueting i els conceptes bàsics. Aproximació a les estratègies, estudis i investigacions necessaris per adequar l'oferta de l'empresa a les necessitats del mercat. Anàlisi de les necessitats, segmentació, cobertura de mercat, comportament compra i consum, posicionament, competència.

■ Mòdul 2

Màrqueting operatiu. Desenvolupament de les tècniques i instruments del màrqueting, que s'adeqüen a les estratègies: política de producte, política de preu, política de distribució, política de comunicació, nous productes.

Metodologia de treball

Teoria

Se seguirà el llibre guia, reforçant i ampliant el seu contingut tant amb exposicions a les classes presencials com amb apunts a disposició de l'estudiant.

L'estudiant tindrà a la seva disposició qüestionaris referents als continguts teòrics de cada un dels temes, exercicis i exàmens d'anys anteriors que li serveixin no sols per a l'estudi i assimilació dels continguts, sinó també per a la preparació d'exàmens i pràctiques.

Pràctica

Es desenvoluparan casos i exercicis de reflexió, referents als continguts teòrics, destinats a l'assimilació i aplicació de dits continguts.

Els exercicis proposats estaran a disposició de l'estudiant amb la suficient antelació perquè siguin preparats a casa i dedicar la classe presencial a la seva anàlisi i comentaris per part d'estudiants i professora.

El lliurament de les pràctiques és voluntària però es podrà tenir en compte en cas d'ajustos en les notes finals. A més a més, es consideren necessàries per a la preparació de l'estudiant respecte al desenvolupament per la seva banda de les tres pràctiques obligatòries.

Sessions teoria

- Les classes dels dijous, de 3 a 5 hores de la tarda, es dediquen a la introducció dels conceptes teòrics. A l'inici de cada tema es posaran a disposició de l'alumne les transparències que s'utilitzaran per impartir la classe.

Pràctiques

- Les classes dels dilluns, on es divideixen els alumnes en dos grups, es dediquen a la realització de pràctiques, aplicant els conceptes teòrics a casos reals d'empresa. A l'inici de cada mòdul, es posarà a disposició el document amb les pràctiques que es realitzaran els dilluns.

ENGINYERIA EN ORGANITZACIÓ INDUSTRIAL

Modalitat presencial

27810 Direcció Comercial. Guia de l'assignatura

Aprovada en CAA de data 8/06/05

Modificada en CAA de data 27/05/09

4

Organització en mòduls i temps de dedicació de l'estudiant

Mòdul	Temps de Classe	Temps d'estudi	Temps total
Mòdul 1:	21	11	32 hores
Mòdul 2:	21	27	48 hores

Materials

Bibliografia bàsica

LOPEZ-PINTO RUIZ, BERNAT i altres (2008). *Los pilares del marketing*. Edicions UPC.

Apunts, transparències, exercicis pràctics i casos reals facilitats per la professora.

Bibliografia complementària

KOTLER, PHILIP. (2000). *Direcció de màrqueting*. Editorial Prentice Hall.

Avaluació

$$N_f = 0.35N_{1p} + 0.35N_{ef} + 0.3N_{ep}$$

N_f : Nota final

N_{1p} : Nota 1r parcial

N_{ef} : Nota examen final

n_{ep} : Nota exercicis pràctics

Nota exercicis pràctics, És la mitja aritmètica de les dues pràctiques obligatòries següents:

PRÀCTICA 1: A realitzar el mateix dia que l'examen Primer parcial. Amb apunts, llibre, etc.
Extensió: 1 pàgina.

PRÀCTICA 2: A realitzar el mateix dia que l'examen final. Amb apunts, llibre, etc.
Extensió: 1 pàgina.