

Direcció Comercial I (20685)

Titulació/estudi: Grau en Administració i Direcció d'Empreses i Economia

Trimestre: primer

Número de crèdits ECTS: 5

Hores de dedicació de l'estudiant: 125

Llegua de docència: castellà

Professora: Lourdes Pérez

Introducció

Aquesta assignatura ofereix un marc de referència i facilita a l'alumne una visió de l'àrea del màrqueting i la direcció comercial. Donada la diversitat de temes que es tracten, Direcció Comercial I proporciona una visió general bàsica que es pot aprofundir posteriorment cursant l'assignatura Direcció Comercial II i el conjunt d'assignatures optatives d'aquest àmbit del coneixement. Des d'un punt de vista conceptual, l'objectiu és identificar el procés de creació de valor per al client, si bé no s'inclou únicament la creació, sinó també el lliurament i la sostenibilitat d'aquest valor al llarg del temps.

Direcció Comercial I està estructurada en 20 sessions teòriques i 6 seminaris de caràcter pràctic.

Competències

A continuació es presenten una relació de les competències que s'hauran d'adquirir al llarg de l'assignatura.

Competències generals:

Instrumentals:

- (1) Capacitat d'anàlisi i de síntesi
- (2) Coneixements generals bàsics

(3) Presa de decisions

Interpersonals:

(1) Capacitat de crítica

(2) Capacitat de treball en equip

(3) Capacitat de comunicació

Sistemàtiques:

(1) Capacitat d'aplicar els coneixements a la pràctica empresarial

(2) Capacitat d'adaptació a situacions noves

(3) Capacitat de generar noves idees i perspectives. Creativitat

Competències específiques:

(1) Capacitat d'organització i de planificació

(2) Habilitats de gestió de la informació. Buscar i analitzar informació procedent de diferents fonts.

(3) Iniciativa. Esperit emprenedor.

Pla de sessions de teoria i seminaris

Setmana/ sessió	Tema	Seminaris
Setmana del 26 de setembre Sessions 1 i 2 26 i 27 de setembre	- Definició i procés de màrqueting - Pla de màrqueting - Anàlisi interna de l'empresa - Anàlisi de l'entorn	
Setmana del 3 d'octubre Sessions 3 i 4 3 i 4 d'octubre	- Anàlisi del mercat - Anàlisi de la conducta del consumidor - Procés de compra	101, 102, 103, 201, 202, 203 Cas 1
Setmana del 10 d'octubre Sessions 5 i 6 10 i 11 d'octubre	- Segmentació - Mercats industrials, B2B	
Setmana del 17 d'octubre Sessions 7 i 8 17 i 18 d'octubre	- Definició dels objectius en el pla de màrqueting - Concepte de producte - Definició del públic objectiu - Posicionament	101, 102, 103, 201, 202, 203 Cas 2
Setmana del 24 d'octubre Sessions 9 i 10 24 i 25 d'octubre	- Decisions del màrqueting mix - Ponent	101, 102, 103, 201, 202, 203 Cas 3
Setmana del 31 d'octubre Sessió 11 31 d'octubre.... aquesta data	- Política de producte - Fonaments de la marca - Llançament de nous	

canviarà perquè és dia no lectiu	- productes - Màrqueting en empreses de serveis	
Setmana del 7 de novembre Sessions 12 i 13 7 i 8 de novembre	- Distribució i venda al detall (<i>retail</i>) - Estratègies <i>push-pull</i> - La cadena de valor de la distribució - Decisions sobre la xarxa de vendes	101, 102, 103, 201, 202, 203 Cas 4
Setmana del 14 de novembre Sessions 14 i 15 14 i 15 de novembre	- Decisions de preus - Política de comunicació	101, 102, 103, 201, 202, 203 Cas 5
Setmana del 21 de novembre Sessions 16 i 17 21 i 22 de novembre	- Sistemes d'informació i d'investigació comercial - Ponent	101, 102, 103, 201, 202, 203 Cas 6
Setmana del 28 de novembre Sessions 18 i 19 28 i 29 de novembre	- Màrqueting de relació amb els clients - CRM - Ponent	
Sessió 20 30 novembre	- Màrqueting digital - Ponent	

Bibliografia:

Kotler, Philip i Armstrong, G. *Principios del Marketing*. Pentice Hall, 2004.

Bibliografia complementària:

Baker Michael i Hard Susan. *The Marketing Book* (6a. ed.). 2007.

Kuman, N. *Marketing Strategy*, HBS Press, 2004..

Payne, A. *Handbook of CRM: Achieving Excellence through Customer Management*. Elsevier, 2005.

Ries, A. i Trout, J. *Posicionamiento*. McGraw-Hill, 1997.

Metodologia:

És important anar consultant contínuament el Campus Global, on l'alumne trobarà els casos pràctics, els fulls de preparació i el material complementari de lectura obligatòria.

A les sessions de teoria tindrem la oportunitat de familiaritzar-nos amb els diferents sectors: consum, indústria i sector serveis. En aquestes sessions hi

participaran ponents experts procedents del món empresarial. És possible que hi hagi algun canvi en la data d'alguna sessió per raons d'agenda del ponent.

En els seminaris de caràcter pràctic s'utilitzaran casos. Els casos representen una bona eina d'aproximació al món real de l'empresa, ja que faciliten el desenvolupament d'habilitats analítiques, l'aplicació dels conceptes estudiats prèviament i la presa de decisions.

Familiaritzar-se amb el mètode del cas pot resultar una mica més difícil. No hi ha una única manera de preparar un cas. Alguns suggeriments que poden ser útils per reduir el temps de preparació són les següents: acostuma a resultar útil fullejar el cas uns dies abans, llegir-ne el primer i l'últim paràgrafs, així com els títols de les diverses seccions, per fer-se una idea general del tipus de problema i de la informació disponible. Així resultarà més fàcil aprofitar el temps dedicat a la preparació, i permetrà identificar ràpidament els fets destacats i resumir-los a un format manejable. A l'hora de fer un resum és molt útil tenir un esquema per classificar les diverses informacions.

És molt difícil preparar bé un cas en menys de dues hores. En acabar la preparació és recomanable, com a mètode per avaluar la qualitat del treball realitzat, posar per escrit —de la manera més concreta possible— el pla d'acció a què s'ha arribat. En llegir-lo sorgiran alguns interrogants nous i es comprovarà la qualitat de les suposicions que s'han anat fent. Per completar la preparació és útil la discussió en equip.

Avaluació

Examen final: 60%

Participació a classe i, especialment, en la discussió dels casos, incloent-hi la freqüència i la qualitat de la participació: 20%

Presentacions: 20%

Per poder superar l'assignatura cal aprovar l'examen final.

El criteri d'avaluació és vàlid tant per al desembre com per al setembre.