



Universitat de Girona
Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales

Llicenciatura d'Administració i Dir. d'Empreses
Curs 2000-2001
Anual
Assignatura troncal
9 crèdits

Departament d'Enginyeria Industrial
Campus de Montilivi
17071 Girona
Fax 34 (9) 72 41 80 32
c.e. pere.reixach@udg.es

PROGRAMA DE DIRECCIÓ COMERCIAL

Professor/a: Pere Reixach

Objectius:

Facilitar als alumnes els coneixements necessaris per tal de poder desenvolupar les principals tasques que pertanyen al subsistema comercial de l'empresa així com el desenvolupament de capacitats directives pertinents

Programa teòric:

La utilització de la classe magistral dinàmica i participativa amb l'objectiu d'aconseguir esquemes conceptuals clars i operatius

Programa de pràctiques:

L'anàlisi de casos que representen situacions reals d'empreses amb problemàtiques comercials i l'elaboració d'un pla de marketing al llarg del curs .

Desenvolupament del programa al llarg del curs:

- I. EL concepte de Marketing
 - A. Principis i funció del Marketing
 - B. Tipologia del Marketing
 - C. Enfocaments de Marketing
 - D. El Marketing en l'empresa
- II. Competitivitat i estratègia
 - A. Mercats competència imperfecta
 - B. Matriu de les situacions competitives
 - C. Estratègies competitives
- III. El Pla de Marketing i el Marketing - Mix.
 - A. La planificació del Marketing
 - B. Contingut del Pla de Marketing
 - C. El mix del Marketing
- IV. L'anàlisi de les necessitats
 - A. Necessitat , desig i demanda
 - B. Necessitats: n. tipologies
 - C. Necessitat , motivació i benestar
- V. El comportament del comprador
 - A. Compra racional i compra per impuls
 - B. Les fases del procés de compra
 - C. La compra en el Marketing industrial

- VI. La determinació del mercat de referència
 - A. La segmentació en mercats - productes
 - B. La segmentació en el Marketing industrial
- VII. Avaluació de la demanda
 - A. Estimació de la demanda de productes de consum
 - B. L'estimació de la demanda en el Marketing industrial
 - C. El cicle de vida del producte i marca : implicacions
- VIII. Llançament de nous productes
 - A. Innovació i nous productes
 - B. Factors d'èxit en el llançament de nous productes
 - C. L'organització i metodologia de la innovació
- IX. Política de productes
 - A. EL concepte del producte
 - B. El packaging dels productes
 - C. Posicionament del producte
 - D. La marca
- X. Política de preus
 - A. El concepte de preus en Marketing
 - B. L'enfocament del consumidor : l'acceptació dels preus
 - C. L'enfocament de l'empresa : els preus interns
 - D. Estratègies de preus
- XI. Política de distribució
 - A. Justificació econòmica dels canals d'intermediació
 - B. Configuració dels canals de distribució .
 - C. Evolució i estructura de la distribució
 - D. Determinants de l'elecció dels canals de distribució
 - E. Els costos dels canals de distribució
- XII. Política de comunicació
 - A. La comunicació en l'empresa
 - B. El procés de comunicació
 - C. Promoció de vendes
 - D. Merchandising
 - E. Relacions públiques i sponsorització

Sistema d'avaluació:

La qualificació final d'aquesta assignatura serà el resultat de la següent ponderació :

	examen	cas (report)	cas (pres.)	projecte	projecte (pres.)
1º quadrim.	70 %	25 %	5 %		
2º quadrim.	50 %			40 %	10 %

Es farà una prova quadrimestral i un examen final de tota l'assignatura (convocatòria de Juny) i , un altre , si fos necessari ,en convocatòria de Setembre . La prova quadrimestral es realitzarà durant el curs i tindrà caràcter alliberador només per a l'examen final de Juny . Cal superar necessàriament els dos quadrimestres per calcular la mitjana anual .

Bibliografia bàsica:

KOTLER , P. (2000) : Dirección de Marketing , Prentice-, edic.Milenio

Bibliografia complementària:

ESTEBAN (1998) : Pincipios de marketing , Esic , Madrid
 LAMBIN , J-J.(1994) : Marketing Estratégico , McGraw-Hill , Madrid
 RODRIGUEZ;BALLINA;SANTOS(1998) : Comunicación comercial , Civitas , Madrid
 WEBSTER,F.E.(1994) : Estrategia de marketing industrial, Diaz de Santos , Madrid
 STAPLETON , J. (1988) : Como preparar un plan de marketing , Deusto , Bilbao

