Guia docent
220553 - 220553 - Direcció Comercial

Última modificació: 18/05/2026

Unitat responsable: Escola Superior d'Enginyeries Industrial, Aeroespacial i Audiovisual de Terrassa
Unitat que imparteix: 732 - OE - Departament d'Organització d'Empreses.

Titulació: MÀSTER UNIVERSITARI EN ENGINYERIA D'ORGANITZACIÓ (Pla 2012). (Assignatura obligatòria).

Curs: 2026 **Crèdits ECTS:** 5.0 **Idiomes:** Català, Castellà

PROFESSORAT

Professorat responsable: Segura Bertomeu, Josep Emili

Altres:

COMPETÈNCIES DE LA TITULACIÓ A LES QUALS CONTRIBUEIX L'ASSIGNATURA

Específiques:
1. Aplicar teories i principis propis de la direcció general d'una organització amb l'objectiu d'analitzar situacions complexes i d'incertesa, i prendre decisions mitjançant eines d'enginyeria.
2. Aplicar teories i principis propis de l'àrea comercial amb l'objectiu d'analitzar situacions complexes i d'incertesa i prendre decisions mitjançant eines d'enginyeria.
3. Desenvolupar un pla de negoci en un context emergent.

Genèriques:
4. Capacitat d'aplicar els coneixements adquirits per a la resolució de problemes a nous entorns o entorns poc coneguts dins de contexts més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb l'enginyeria.
5. Capacitat d'autoaprenentatge per una formació contínua al llarg de la vida de manera autònoma.
6. Capacitat de comunicar eficientment les seves conclusions, els coneixements i les raons últimes que les sostinguin a públics especialitzats i no especialitzats, de manera clara i sense ambigüitats.
7. Capacitat d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis amb l'objectiu de prendre decisions a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.
8. Capacitat per a entendre l'impacte de les solucions de l'enginyeria en un context social i global.

METODOLOGIES DOCENTS

La metodologia docent es divideix en tres parts:
Sessions presencials d'exposició dels continguts.
Sessions presencials de treball pràctic (exercicis i problemes).
Treball autònom d'estudi i realització d'exercicis i activitats.
En les sessions d'exposició dels continguts, el professorat introduirà les bases teòriques de la matèria, conceptes, mètodes i resultats il·lustrant-los amb exemples convenients per facilitar-ne la seva comprensió.
En les sessions de treball pràctic a l'aula, el professorat guiarà l'estudiantat en l'aplicació dels conceptes teòrics per a la resolució de problemes, fonamentant en tot moment el raonament crític. Es proposaran exercicis que l'estudiantat resolgui a l'aula i fora de l'aula, per tal d'afavorir el contacte i utilització de les eines bàsiques necessàries per a la resolució de problemes.
L'estudiantat, de forma autònoma, ha de treballar el material proporcionat pel professorat i el resultat de les sessions de treball-problemes per tal d'assimilar i fixar els conceptes. El professorat proporcionarà un pla d'estudi i de seguiment d'activitats (ATENEA).

OBJECTIUS D'APRENENTATGE DE L'ASSIGNATURA

L'assignatura Direcció Comercial introdueix a l'estudiantat en els conceptes, principis i fonaments bàsics del màrqueting, tant en la seva vessant conceptual com a la pràctica, mostrant la seva rellevància en l'estratègia global de l'empresa. A partir de la introducció dels conceptes fonamentals, l'assignatura subministra un model de referència de l'estratègia de màrqueting i aborda les diferents tècniques del marketing-mix: preu, producte, distribució i comunicació.

HORES TOTALS DE DEDICACIÓ DE L'ESTUDIANTAT

Tipus	Hores	Percentatge
Hores grup gran	8,0	6.40
Hores activitats dirigides	22,0	17.60
Hores grup mitjà	15,0	12.00
Hores aprenentatge autònom	80,0	64.00

Dedicació total: 125 h

CONTINGUTS

Mòdul 1: Introducció a la direcció comercial en el món industrial global

Descripció:
- Conceptes generals del marketing industrial
- Investigació de mercats globals
- Anàlisi i selecció dels mercats internacionals objectiu

Dedicació: 25h
Grup gran/Teoria: 1h
Grup mitjà/Pràctiques: 3h
Activitats dirigides: 3h
Aprenentatge autònom: 18h

Mòdul 2: Marketing analític

Descripció:
- Micro i macroentorn
- Anàlisi interna
- Recerca de producte i preus
- Anàlisi SWOT i CAME

Dedicació: 12h 30m
Grup gran/Teoria: 1h 30m
Grup mitjà/Pràctiques: 2h
Activitats dirigides: 3h
Aprenentatge autònom: 6h

Mòdul 3: Estratègies

Descripció:
- Definició d'objectius
- Estratègies (Ansoff - Kotler - Porter)
- Segmentació
- Cobertura geogràfica

Dedicació: 14h
Grup gran/Teoria: 1h
Grup mitjà/Pràctiques: 2h
Activitats dirigides: 2h
Aprenentatge autònom: 9h

Mòdul 4: Marketing operatiu (I)

Descripció:
- Necessitats a cobrir, atributs i beneficis
- Cicle de Vida, branding i logo
- Canals de distribució internacionals
- Selecció d'intermediaris, importadors i agents

Dedicació: 13h 30m
Grup gran/Teoria: 1h 30m
Grup mitjà/Pràctiques: 2h
Activitats dirigides: 3h
Aprenentatge autònom: 7h

Mòdul 5: Marketing operatiu (II)

Descripció:
- Costos fixes i variables
- Política de preus i d'introducció al mercat
- Objectius de comunicació
- Creativitat publicitària

Dedicació: 11h
Grup gran/Teoria: 1h
Grup mitjà/Pràctiques: 1h
Activitats dirigides: 3h
Aprenentatge autònom: 6h

Mòdul 6: E-Business

Descripció:
- Internet
- E-Commerce
- B2B
- B2C

Dedicació: 34h
Grup gran/Teoria: 1h
Grup mitjà/Pràctiques: 3h
Activitats dirigides: 5h
Aprenentatge autònom: 25h

Mòdul 7: Mecanismes de control i planificació

Descripció:
- Facturació i beneficis
- KPIs
- Cronograma
- Defensa final

Dedicació: 15h
Grup gran/Teoria: 1h
Grup mitjà/Pràctiques: 2h
Activitats dirigides: 3h
Aprenentatge autònom: 9h

ACTIVITATS

Activitat 1 TEORIA

Descripció:
En les sessions d'exposició dels continguts, el professorat introduirà les bases teòriques de la matèria, conceptes, mètodes i resultats il·lustrant-los amb exemples convenients per facilitar-ne la seva comprensió.

Objectius específics:
Transferir els coneixements necessaris per a una correcta interpretació dels continguts, resolució de dubtes en relació al temari de l'assignatura i desenvolupament de les competències genèriques.

Material:
Transparències de cada mòdul
Articles i documents relacionats amb els continguts de l'assignatura
Webs i adreces d'internet amb continguts relacionats amb el temari
Disponibles al campus virtual

Lliurament:
Durant algunes de les sessions es duran a terme exercicis presencials a classe, de forma individual o en grups reduïts.

Dedicació: 84h
Grup gran/Teoria: 6h
Grup mitjà/Pràctiques: 10h
Activitats dirigides: 4h
Aprenentatge autònom: 64h

Activitat 2 CLASSES PRÀCTIQUES

Descripció:
Case study i exercicis curts de participació.
Preparació prèvia i posterior de les sessions de problemes i de pràctiques i assistència a aquestes.

Objectius específics:
Adquirir les habilitats necessàries per a una correcta interpretació dels problemes de l'assignatura, així como una satisfactòria resolució d'aquests. Preparació per a la part pràctica dels exàmens de l'assignatura. Desenvolupament de les competències genèriques.

Material:
Exercicis a la plataforma Atenea.
Col·lecció de problemes de l'assignatura.

Lliurament:
Durant aquestes sessions es desenvolupen, per part del professorat i l'estudiantat exercicis pràctics, presencials a classe o virtuals, de forma individual o en grups reduïts.

Dedicació: 9h
Grup mitjà/Pràctiques: 5h
Activitats dirigides: 2h
Aprenentatge autònom: 2h

Activitat 3 EXAMEN PARCIAL

Descripció:
Prova individual i per escrit sobre els continguts dels mòduls 1, 2, 3 (i 4).
Representa el 35 % de la qualificació final de l'assignatura

Dedicació: 2h
Grup gran/Teoria: 1h
Aprenentatge autònom: 1h

Activitat 4 EXAMEN PARCIAL 2

Descripció:
Prova individual i per escrit sobre els continguts dels mòduls (4) 5 i 6.
Representa el 35 % de la qualificació final de l'assignatura.

Dedicació: 2h
Grup gran/Teoria: 1h
Aprenentatge autònom: 1h

Activitat 5 TREBALL 1

Descripció:
Grups de (1) 2-3 estudiants han de fer un pla de marketing industrial internacional aplicant els continguts introduïts a l'assignatura. Caldrà presentar-lo en vídeo i, eventualment, defensar-lo els grups que el professor consideri oportú.

Material:
Enunciat i pautes de treball (ATENEA)
Apunts del curs
Webs oficials de suport (Internet)
Llibres de text recomanats a la bibliografia de l'assignatura

Lliurament:
La memòria de l'activitat ha de lliurar-se en format digital en 2 lliuraments diferent i una presentació final en vídeo.
L'activitat s'avaluarà en funció de la precisió de les aplicacions de les metodologies i la creativitat de les solucions proposades.
Representa el 50% de la qualificació final.
- 1er lliurament parcial: 20%
- 2on lliurament parcial: 20%
- Vídeo de presentació i la defensa (si s'escau): 10%

Dedicació: 14h
Activitats dirigides: 8h
Aprenentatge autònom: 6h

Activitat 6

Descripció:
Grups de 2-3 estudiants han resoldre diferents pràctiques, a classe o a casa.

Material:
Enunciat i pautes de treball (ATENEA)
Apunts dels curs
Webs oficials de suport (Internet)
Llibres de text recomanats a la bibliografia de l'assignatura

Lliurament:
En cada cas, es donaran les indicacions pertinents.

Dedicació: 14h
Activitats dirigides: 8h
Aprenentatge autònom: 6h

SISTEMA DE QUALIFICACIÓ

Qualsevol acte de frau acadèmic, plagi, ús o tinença a l'abast de mitjans no autoritzats en qualsevol activitat d'avaluació comportarà la qualificació de zero (0) en la prova o lliurament afectat. A més, d'acord amb la normativa de la Universitat, la possible derivació dels fets per a l'obertura d'un expedient disciplinari implicarà que l'assignatura quedi en l'estat provisional de "pendent d'avaluació" fins a la resolució de l'expedient. La gestió d'aquestes incidències es desplega d'acord amb el **Marc d'actuació per a la integritat acadèmica en l'avaluació de la UPC**.

- Examen parcial 1, pes 25%
- Examen parcial 2, pes 25%
- Treball pes 50%

Los estudiants / es que no puguin assistir als exàmens parcials, o que ho suspenguin, tindran l'opció de recuperar-la el dia que es realitzi l'examen final. La nota màxima de l'examen es 10 i substitueix la nota del/ls parcial/s sols si és superior.

BIBLIOGRAFIA

Bàsica:
- Kotler, P. [et al.]. Dirección de marketing [en línia]. 15a ed. México: Pearson Educación, 2016 [Consulta: 15/06/2022]. Disponible a: https://www-ingebook-com.recursos.biblioteca.upc.edu/ib/NPcd/IB_BooksVis?cod_primaria=1000187&codigo_libro=6495. ISBN 9786073237000.
- Kotler, Philip; Armstrong, Gary. Fundamentos de marketing [en línia]. 13a ed. México: Pearson Educación de México, [2017] [Consulta: 01/07/2026]. Disponible a: https://www-ingebook-com.recursos.biblioteca.upc.edu/ib/NPcd/IB_BooksVis?cod_primaria=1000187&codigo_libro=6678. ISBN 9786073238458.
- Davenport, Thomas H; Harris, Jeanne G. Competing on analytics: the new science of winning [en línia]. Boston: Harward Business Review Press, 2017 [Consulta: 23/04/2025]. Disponible a: https://research-ebsco-com.recursos.biblioteca.upc.edu/plink/4827527b-31c4-3bd3-b343-8274055e767e. ISBN 9781633693739.
- Santesmases Mestre, Miguel. Marketing: conceptos y estrategias. 5ª ed. Madrid: Pirámide, cop. 2004. ISBN 9788436821161.