



Guia docent

230807 - MTCD - Màrqueting, Tecnologia i Competències

Directives a l'Empresa

Última modificació: 06/05/2019

Unitat responsable: Escola Tècnica Superior d'Enginyeria de Telecomunicació de Barcelona
Unitat que imparteix: 732 - OE - Departament d'Organització d'Empreses.

Titulació: GRAU EN ENGINYERIA DE SISTEMES AUDIOVISUALS (Pla 2009). (Assignatura optativa).
GRAU EN ENGINYERIA DE SISTEMES ELECTRÒNICS (Pla 2009). (Assignatura optativa).
GRAU EN ENGINYERIA DE SISTEMES DE TELECOMUNICACIÓ (Pla 2010). (Assignatura optativa).
GRAU EN ENGINYERIA TELEMÀTICA (Pla 2010). (Assignatura optativa).
GRAU EN CIÈNCIES I TECNOLOGIES DE TELECOMUNICACIÓ (Pla 2010). (Assignatura optativa).
GRAU EN ENGINYERIA DE TECNOLOGIES I SERVEIS DE TELECOMUNICACIÓ (Pla 2015). (Assignatura optativa).

Curs: 2019 **Crèdits ECTS:** 6.0 **Idiomes:** Castellà, Català

PROFESSORAT

Professorat responsable: OLGA PONS PEREGORT
Altres: CAROLINA CONSOLACIÓN SEGURA

REQUISITS

Economia & Management, Organització d'Empreses

METODOLOGIES DOCENTS

- Classes expositives
- Treball en grup (no presencial)
- Treball individual (no presencial)
- Exercicis
- Presentacions orals
- Altres activitats: realització videos

OBJECTIUS D'APRENTATGE DE L'ASSIGNATURA

Vistos els conceptes de Marketing i de Gestió de Recursos humans en les assignatures anteriors, analitzar les noves tendències en Marketing, desenvolupar un pla de marketing i aprofundir en les competències directives.

És imprescindible que els alumnes adquireixin unes habilitats directives per poder fer front a aquests canvis: intel·ligència emocional, treball en equip, comunicació, liderat, indispensables per aconseguir responsabilitats en un futur immediat.



HORES TOTALS DE DEDICACIÓ DE L'ESTUDIANTAT

Tipus	Hores	Percentatge
Hores grup gran	52,0	34.67
Hores aprenentatge autònom	98,0	65.33

Dedicació total: 150 h

CONTINGUTS

1. Marketing i tecnologia. Marketing estratègic i operatiu (20 hores)

Descripció:

- Marketing a la xarxa (5 hores)
- Anàlisi de les noves tecnologies al servei del marketing
- Noves tendències
- La importància i la gestió dels serveis
- La investigació de mercats (5 hores)
- Tècniques
- Aplicacions

2. Habilitats directives. Gestió de recursos humans (20 hores)

Descripció:

- Direcció i motivació d'equips de treball
- La intel·ligència emocional
- Els equips de treball (4 hores)
- Etapes
- El liderat
- Estils
- L'empowerment
- La selecció de personal (4 hores)
- Procés
- Etapes
- La formació (4 hores)
- El pla de formació

3. Conferències (8 hores)

Descripció:

- Exposició treballs (Marketing i Gestió Recursos Humans)

ACTIVITATS

CONFERÈNCIES

Descripció:

Conferències a càrrec d'experts i professionals de l'àmbit de la Gestió dels Recursos Humans i del Marketing.

SISTEMA DE QUALIFICACIÓ

La nota final de l'assignatura s'obindrà a partir de la qualificació d'avaluació continuada (treballs proposats pel professor al llarg del curs i pràctiques de laboratori) i de l'examen final, segons el següent criteri:

Exercicis: 20%

Exposicions orals: 40%

Altres activitats: 20%

Assistència: 20%

NORMES PER A LA REALITZACIÓ DE LES PROVES.

BIBLIOGRAFIA

Bàsica:

- Gil, I.; Ruiz, L.; Ruiz, J. La nueva dirección de personas en la empresa. Madrid [etc.]: McGraw-Hill, 1997. ISBN 8448110560.
- Hernandez, J.L.; Saiz, J. Marketing y tecnología. Madrid: Pirámide, 1996. ISBN 8436809947.
- Kreitner, R.; Kinicki, A. Comportamiento de las organizaciones. 3a ed. Madrid [etc.]: McGraw-Hill, 1997. ISBN 8448108493.
- Sainz, J.M. El plan de marketing en la práctica. 15a ed. rev. y act. Pozuelo de Alarcón (Madrid): ESIC, 2011. ISBN 9788473567329.
- Santesmases, M. Marketing: conceptos y estrategias. 5a ed. Madrid: Pirámide, 2004. ISBN 8436818709.
- Rodríguez, J.M. El factor humano en la empresa. Bilbao: Deusto, 2003. ISBN 8423420248.
- Vázquez, R.; Santos, M.L. Estrategias de marketing para mercados industriales: producto y distribución. Civitas, 1998. ISBN 9788447010448.
- Gabriel, J.L. Internet marketing 2.0: captar y retener clientes en la red. Barcelona: Reverté, 2010. ISBN 9788429126341.
- Fernández, J. Dirigir personas en la empresa: enfoque conceptual y aplicaciones prácticas. Madrid: Pirámide, 1999. ISBN 8436813332.
- Kotler, P.; Trias de Bes, F. Lateral marketing: new techniques for finding breakthrough ideas. Hoboken, NJ: Wiley, 2003. ISBN 0471455164.
- Zarate, J. Gestionar en equipo: preguntas clave. Pozuelo de Alarcón: ESIC, 2008. ISBN 9788473565493.

Complementària:

- Dolan, S.L. [et al.]. La gestión de los recursos humanos: preparando profesionales para el siglo XXI. 2a ed. Madrid [etc.]: McGraw-Hill, 2003. ISBN 8448139275.
- Goleman, D. Inteligencia emocional. Barcelona: Kairós, 1996. ISBN 8472453715.
- Goleman, D. La práctica de la inteligencia emocional. Barcelona: Kairós, 1999. ISBN 847245407X.
- Hatton, A. La guía definitiva del plan de marketing: la vía rápida y más inteligente para elaborar un plan de marketing. Madrid [etc.]: Pearson Educación, 2000. ISBN 8420530646.
- Jay, R. Prepare un buen plan de marketing en una semana. Barcelona: Gestió 2000, 2002. ISBN 8480887087.
- Lambin, J.-J. Marketing estratégico. 3a ed. Madrid [etc.]: McGraw-Hill, 1995. ISBN 8448116119.
- Puchol, L. Dirección y gestión de recursos humanos. 7a ed. act. Madrid: Díaz de Santos, 2007. ISBN 9788479788315.
- Goleman, D. Inteligencia emocional. Barcelona: Kairós, 1996. ISBN 8472453715.
- Goleman, D. La práctica de la inteligencia emocional. Barcelona: Kairós, 1999. ISBN 847245407X.
- Covey, S.R. Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva: la revolución ética en la vida cotidiana y en la empresa. Barcelona: Paidós, 1997. ISBN 8449304326.

RECURSOS

Altres recursos:

Consolación, C.; Pons, O. Marketing, tecnologia i recursos humans a l'empresa del nou mil·lenni. Col·lecció de transparències. CPET, UPC