

## 220553 - Direcció Comercial

Unitat responsable: 205 - ESEIAAT - Escola Superior d'Enginyeries Industrial, Aeroespacial i Audiovisual de Terrassa

Unitat que imparteix: 732 - OE - Departament d'Organització d'Empreses

Curs: 2019

Titulació: MÀSTER UNIVERSITARI EN ENGINYERIA D'ORGANITZACIÓ (Pla 2012). (Unitat docent Obligatòria)

Crèdits ECTS: 5 Idiomes docència: Català, Castellà, Anglès

### Professorat

Responsable: JUAN CARLOS GARCIA PASCUAL

Altres: JUAN CARLOS GARCIA PASCUAL

### 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 contextos 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.

## 220553 - Direcció Comercial

### 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

Dedicació total: 125h	Hores grup gran:	8h	6.40%
	Hores grup mitjà:	15h	12.00%
	Hores activitats dirigides:	22h	17.60%
	Hores aprenentatge autònom:	80h	64.00%

## 220553 - Direcció Comercial

### Continguts

<p>Mòdul 1: Introducció</p>	<p>Dedicació: 26h</p> <p>Grup gran/Teoria: 5h Grup mitjà/Pràctiques: 3h Aprentatge autònom: 18h</p>
<p>Descripció: Conceptes bàsics El pla de marketing Anàlisi DAFO</p>	
<p>Mòdul 2: Segmentació del mercat</p>	<p>Dedicació: 11h</p> <p>Grup gran/Teoria: 3h Grup mitjà/Pràctiques: 2h Aprentatge autònom: 6h</p>
<p>Descripció: Què és la segmentació Procés de segmentació Factors de segmentació Determinació del públic objectiu</p>	
<p>Mòdul 3: Comportament del consumidor</p>	<p>Dedicació: 15h</p> <p>Grup gran/Teoria: 4h Grup mitjà/Pràctiques: 2h Aprentatge autònom: 9h</p>
<p>Descripció: El procés de compra Etapas del procés Tipus de compra Factors influents en el comportament del consumidor</p>	

## 220553 - Direcció Comercial

Mòdul 4: Investigació comercial	<p>Dedicació: 12h</p> <p>Grup gran/Teoria: 3h Grup mitjà/Pràctiques: 2h Aprentatge autònom: 7h</p>
<p>Descripció: Sistemes d'informació El CRM Tipus de dades i investigacions</p>	
Mòdul 5: Vida del producte	<p>Dedicació: 9h</p> <p>Grup gran/Teoria: 2h Grup mitjà/Pràctiques: 1h Aprentatge autònom: 6h</p>
<p>Descripció: Nous productes El cicle de vida del producte</p>	
Mòdul 6: Marketing-mix	<p>Dedicació: 52h</p> <p>Grup gran/Teoria: 14h Grup mitjà/Pràctiques: 4h Aprentatge autònom: 34h</p>
<p>Descripció: Política de producte Política de preu Política de comunicació Política de distribució</p>	

### Sistema de qualificació

- Examen parcial 1, pes 30%
- Examen parcial 2, pes 30%
- Treball pes 20%
- Pràctiques avaluables, pes 20%

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.



## 220553 - Direcció Comercial

### Bibliografia

#### Bàsica:

Nou llibre.