

Assignatura: **MÀRQUETING IMMOBILIARI II**  
Codi: **16411117** Crèdits: **4.5**  
Tipus: **Obligatòria** Cicle: **1r** Curs: **2n** Quadrimestre: **1r**  
Departament: **Gestió d'Empreses**  
Àrea: **Comercialització i Investigació de Mercats**  
Professorat:

---

**Criteris d'avaluació:**

Casos 30 %. Examen final 70 %

---

**Bibliografia bàsica:**

Alonso Rivas, J. *Comportamiento del Consumidor*, 2ª Edició, ESIC.1999.  
Canabal Barreiro, J.E. *El sector inmobiliario y el marketing*, 1ª Edició ASSI. 1994.  
Escudero Musolas, A. *Marketing Inmobiliario. Métodos y Técnicas de Investigación*, 1ª Edició CISS Gestión. 1995.  
Escudero Musolas, A. *Marketing Inmobiliario. Métodos y Técnicas de Comercialización*, 1ª Edició CISS.

**Programa:**

- 1. Estratègies de Màrqueting**
  - 1.1. Concepte d'estratègia
  - 1.2. El màrqueting estratègic
  - 1.3. Estratègies de desenvolupament i de creixement
  - 1.4. Estratègies de competitivitat i d'imitació
  - 1.5. Màrqueting estratègic per a la producció immobiliària i màrqueting estratègic pels serveis immobiliaris
- 2. El pla de Màrqueting**
  - 2.1. Concepte i finalitat del Pla de Màrqueting
  - 2.2. Esquema bàsic del pla
  - 2.3. Les seves característiques
  - 2.4. El pressupost de màrqueting
  - 2.5. El seguiment i el control de resultats

**Pràctiques:**

**Resolució de casos pràctics a classe**