

Assignatura: **INTRODUCCIÓ AL MÀRQUETING**
Codi: **16041104** Crèdits: **6**
Tipus: **Troncal** Cicle: **1r** Curs: **2n** Quadrimestre: **1r**
Departament: **Gestió d'Empreses**
Àrea: **Comercialització i Investigació de Mercats**
Professorat: **Ferran Colàs Ricart**

Objectius generals:

Donar a conèixer els fonaments de la disciplina del màrqueting a l'estudiant que entra en contacte amb ella per primera vegada. Donada la repercussió que avui el màrqueting té en cada situació professional i empresarial, es tracta de tenir uns coneixements indispensables. Vol assentar els conceptes bàsics, tant a nivell del màrqueting operatiu com de l'estratègic. D'aquesta forma se li proporcionen els coneixements que li seran necessaris per cursar amb èxit les assignatures troncal i optatives afins, i l'estimularà per continuar en l'aprofundiment de la matèria en estudis posteriors.

Criteris d'avaluació:

Al llarg del desenvolupament del curs l'alumne participarà en la resolució de diversos casos pràctics i exercicis. L'avaluació es farà mitjançant un examen que inclourà un test sobre aspectes conceptuals i tres exercicis teórico-pràctics. La puntuació del test serà del 70 % de la nota final i la dels exercicis del 30 %.

Assignatures que es recomana haver cursat prèviament/simultàniament:

Assignatures en les quals s'apliquen els continguts d'aquesta:

Tècniques de Comunicació Comercial
e-Commerce
Màrqueting Estratègic (ADE)
Fonaments de Màrqueting (ECONOMIA)
Direcció de Marketing (ADE)
Investigació de Mercats (ADE-optativa)
Màrqueting de Serveis (ADE-optativa)

Bibliografia bàsica:

Martin Armario, Enrique. *Marketing*. Barcelona: Ariel, 1993.
Miquel, Salvador; Mollá, Alejandro; Bigné, J. Enrique. *Introducción al Marketing*. Madrid: McGraw Hill, 1994.

Bibliografia complementària:

Kotler, Philip. *Dirección de Marketing*, 8ª ed. Madrid: Prentice Hall.
Santasmases, Miguel. *Marketing: Conceptos y Estrategias*. 4ª ed. Madrid: Pirámide, 1999.

Programa:

I BLOC INTRODUCCIÓ AL MÀRQUETING

1. **Concepte de màrqueting**
2. **El consumidor**
3. **El mercat**

II BLOC INFORMACIÓ COMERCIAL

4. **Sistema d'informació de màrqueting**
5. **La investigació comercial**
6. **Procés d'investigació comercial**

III BLOC PLANIFICACIÓ DE MÀRQUETING

7. **El pla de màrqueting**

IV BLOC MÀRQUETING MIX

8. **Política de producte**
9. **Els preus de venda**
10. **La distribució comercial**
11. **La promoció.**

V BLOC MÀRQUETING SECTORIAL

12. **Aplicacions sectorials del màrqueting**