



ESCOLA SUPERIOR DE RELACIONS PÚBLIQUES

Centre adscrit a la universitat de Barcelona



UNIVERSITAT DE BARCELONA



### GRAU EN PUBLICITAT I RRPP: PLA DOCENT DE L'ASSIGNATURA

Assignatura:	PRINCIPIS DE MÀRQUETING						
Matèria:	M9: GESTIÓ EMPRESARIAL A PUBLICITAT I RRPP						
Requisits Previs:	És aconsellable tenir superades la majoria de les matèries bàsiques.						
Docent:	Dr. J. MONZÓN				Torn:	MATÍ I TARDA	
Idioma:	Català.						
Tipus:	OB	Crèdits ECTS	6	Semestre:	PRIMER	Any Acadèmic:	2011-12

### METODOLOGIA I ORGANITZACIÓ GENERAL DE L'ASSIGNATURA

Dins del Pla d'Estudis la funció d'aquesta assignatura és, en primer lloc, aconseguir que l'estudiant compregui bé els conceptes d'empresa i de mercat. En segon terme, a nivell introductor cal que domini els principals aspectes de la interrelació entre l'empresa i el mercat, des de tots els punts de vista (descriptiu, analític i decisor).

Per tant, en tractar-se d'una assignatura d'introducció que ha de familiaritzar i obrir portes a coneixements posteriors més especialitzats, els seus continguts expositius han de ser conceptuals i facilitadors d'una capacitat de comunicació tècnica. L'estructura expositiva ha de permetre l'estudiant l'entrenament progressiu de mètodes de classificació i comprensió de les realitats més complexes amb les que es trobarà en ocasions posteriors.

Les activitats a realitzar per l'estudiant ha d'estar orientades al compliment bàsic d'aquests objectius. L'assignatura s'organitza en dos blocs. El primer bloc (Anàlisi del Màrqueting) consta de cinc temes i es refereix a la part descriptiva de l'entorn empresarial i a l'anàlisi estratègica, així com a l'anàlisi de la realitat comercial. S'exclou expressament l'apartat de les decisions comercials, que es canalitza al Bloc II (Accions del Màrqueting). Aquest consta també de cinc temes i s'ha respectat expressament la numeració general (6è a 10è), perquè l'assignatura conforma una unitat.

### TEMARI DE L'ASSIGNATURA

#### BLOC 1: TÍTOL: ANÀLISI DEL MÀRQUETING

**Tema 1.** Conceptes d'empresa, economia de l'empresa i mercats.

- 1.1. L'empresa.
- 1.2. L'economia de l'empresa.
- 1.3. El mercat.
- 1.4. El màrqueting.

**Tema 2.** Anàlisi estratègica.

- 2.1. Anàlisi de l'entorn.
- 2.2. Anàlisi de l'empresa.
- 2.3. Anàlisi competitiva.

**Tema 3.** Decisions estratègiques.

- 3.1. Tipus de decisions estratègiques.
- 3.2. Estratègies d'empreses diversificades.

**Tema 4.** Introducció al màrqueting.

- 4.1. Evolució del màrqueting.



ESCOLA SUPERIOR DE RELACIONS PÚBLIQUES

Centre adscrit a la universitat de Barcelona



UNIVERSITAT DE BARCELONA



4.2. Conceptes associats al màrqueting.

4.3. Variables del màrqueting.

4.4. Polítiques del màrqueting.

**Tema 5.** El mercat i el consumidor.

5.1. Tipologies dels mercats.

5.2. Conducta del consumidor (I). Models de motivació.

5.3. Conducta del consumidor (II). Estils de vida.

**BLOC 2:**

**TÍTOL: ACCIONS DEL MÀRQUETING**

**Tema 6.** Investigació comercial.

6.1. Investigació *a priori* i *a posteriori*.

6.2. Investigació de mercats i investigació de motivacions.

6.3. Fonts d'informació a la investigació comercial.

**Tema 7.** Màrqueting estratègic.

7.1. Segmentació de mercats.

7.2. Diferenciació de productes.

7.3. Posicionament de marques.

7.4. L'enllaç entre l'estratègia i el màrqueting.

**Tema 8.** Decisions del màrqueting (I). Producte i preu.

8.1. Conceptes i classificacions dels productes. Diferències entre productes i serveis.

8.2. Model del Cicle de Vida del Producte (CVP). Estratègies de cada fase.

8.3. Productes nous. Criteris d'avaluació.

8.4. Rejuveniment i mort dels productes.

**Tema 9.** Decisions del màrqueting (II). Distribució i marques.

9.1. Polítiques i canals d'informació.

9.2. El màrqueting de la gran distribució.

9.3. Polítiques i estratègies de marques.

9.4. Els noms de marques.

**Tema 10.** Organització del màrqueting

10.1. Etapes històriques de la organització del màrqueting.

10.2. Figures modernes de l'organització del màrqueting (*product manager, brand manager, etc.*)

→ *Aquesta informació del Pla Docent és una versió reduïda del document publicat a la intranet de l'ESRP que està en disposició de tot l'alumnat.*