

ASSIGNATURA: Màrqueting i comercialització

MATÈRIA: Economia

Nom professor: Enric López C.

Competència	Resultats d'Aprenentatge	Continguts	Activitat i avaluació aprenentatge
<p>CB1- Que els estudiants hagin demostrat posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, i se sol trobar a un nivell que, si bé es recolza en llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del seu camp d'estudi.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desenvolupar una visió evolutiva del sector de la restauració.</li> </ul>	<p><b>1. Introducció i bases del màrqueting</b></p> <p>1.1. Contextualització del màrqueting en el sector</p> <p>1.2. El pla de màrqueting com a sistema de planificació</p> <p><b>2. Sistemes d'Informació en màrqueting</b></p> <p>2.1. Introducció</p> <p>2.2. Els projectes d'investigació de mercats</p> <p>2.3. Fases dels projectes d'investigació de mercats</p>	<p>Treballs realitzats pels alumnes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Avaluació única: 50 % en total. Es contempla una activitat en aquest àmbit d'un 10 %. (Act.: Tècnica d'Investigació Quantitativa: Qüestionari).</li> <li>Avaluació Continuada: 40 % en total. Es contempla una activitat en aquest àmbit d'un 10 %. (Act.: Tècnica d'Investigació Quantitativa: Qüestionari).</li> </ul>

ASSIGNATURA: Màrqueting i comercialització

MATÈRIA: Economia

Nom professor: Enric López C.

Competència	Resultats d'Aprenentatge	Continguts	Activitat i avaluació aprenentatge
CG6 - Respondre a necessitats i expectatives dels clients.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desenvolupar el pla de màrqueting.</li> <li>Identificar oportunitats de negoci en l'observació dels mercats i anàlisi de la informació.</li> <li>Identificar tendències en el mercat del consum en general i de la restauració en particular.</li> <li>Identificar oportunitats de negoci en l'observació dels mercats i anàlisi de la informació per crear i redefinir productes i serveis de restauració.</li> <li>Establir sistemes que permetin conèixer les necessitats dels clients i contrastar respecte dels productes oferts.</li> <li>Crear i redefinir productes i serveis de restauració basant-se en el coneixement del mercat.</li> <li>Conceptualitzar el producte restauració i desenvolupar una estratègia de producte de restauració.</li> </ul>	<p><b>3. Màrqueting analític. Anàlisi de l'entorn i altres factors endògens com a font per generar oportunitats. Anàlisi DAFO.</b></p> <p>3.1. Elements clau que conformen el màrqueting analític (intern i extern)</p> <p>3.2. El DAFO com a eina de continuïtat de l'enfocament de màrqueting</p> <p><b>4. Màrqueting estratègic</b></p> <p>4.1. Definició d'objectius</p> <p>4.2. Definició del públic/s objectiu/s</p> <p>4.3. Definició del posicionament</p> <p>4.4. Definició d'avantatges competitiu</p> <p><b>5. Màrqueting operatiu. Màrqueting mix</b></p> <p>5.1. Productes i servei en el sector. Experiències del client.</p> <p>5.2. Marca. Branding</p> <p>5.3. Comunicació de</p>	<p>Treballs realitzats pels alumnes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Avaluació única: 50 % en total. Es contempla una activitat en aquest àmbit d'un 30 %. (Act.: Política de comunicació: campanya).</li> <li>Avaluació Continuada: 40 % en total. Es contempla una activitat en aquest àmbit d'un 20 %. (Act.: Política de comunicació: campanya).</li> </ul> <p>Treballs realitzats pels alumnes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Avaluació única: 50 % en total. Es contempla una activitat en aquest àmbit d'un 10 %. (Act.: Diagnòstic DAFO).</li> <li>Avaluació Continuada: 40 % en total. Es contempla una activitat en aquest àmbit d'un 10 %. (Act.: Diagnòstic DAFO).</li> </ul>

ASSIGNATURA: Màrqueting i comercialització

MATÈRIA: Economia

Nom professor: Enric López C.

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Desenvolupar plans de comercialització.</li><li>• Identificar canals per a la comercialització específica en funció del producte restauració.</li><li>• Utilitzar el Revenue Management com a eina per a la comercialització i venda dels serveis i productes de restauració</li><li>• Desenvolupar plans de venda.</li><li>• Conèixer les tècniques de venda i de negociació.</li><li>• Establir sistemes de control d'evolució de l'activitat del negoci, vendes i valor afegit.</li></ul>	<p>productes i serveis en el sector.</p> <p>5.4. Comercialització de productes i serveis en el sector.</p> <p>5.5. Gestió de preus. Revenue management: gestió de capacitats i preus</p>	
--	--	--	--

ASSIGNATURA: Màrqueting i comercialització

MATÈRIA: Economia

Nom professor: Enric López C.

Competència	Resultats d'Aprenentatge	Continguts	Activitat i avaluació aprenentatge
CG9 - Utilitzar la potencialitat de les tecnologies de la informació i comunicació per a una gestió eficient de l'entorn del treball.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar oportunitats de negoci en l'observació dels mercats i anàlisi de la informació.</li> <li>Identificar oportunitats de negoci en l'observació dels mercats i anàlisi de la informació per crear i redefinir productes i serveis de restauració.</li> <li>Establir sistemes que permetin conèixer les necessitats dels clients i contrastar respecte dels productes oferts.</li> <li>Establir sistemes de control d'evolució de l'activitat del negoci, vendes i valor afegit.</li> </ul>	<p><b>2. Sistemes d'Informació en màrqueting</b></p> <p>2.1. Introducció</p> <p>2.2. Els projectes d'investigació de mercats</p> <p>2.3. Fases dels projectes d'investigació de mercats</p>	<p>Treballs realitzats pels alumnes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Avaluació única: 50 % en total. Es contempla una activitat en aquest àmbit d'un 10 %. (Act.: Tècnica d'Investigació Quantitativa: Qüestionari).</li> <li>Avaluació Continuada: 40 % en total. Es contempla una activitat en aquest àmbit d'un 10 %. (Act.: Tècnica d'Investigació Quantitativa: Qüestionari).</li> </ul>