



centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

## **GUIA DOCENTE de la ASIGNATURA del PG PDD 2018-19**

### **MARKETING, GESTIÓN COMERCIAL & INTERNACIONALIZACIÓN**

Profesor :           Jordi Guasch

## DATOS GENERALES

---

ASIGNATURA:	MERKETING, GETIÓN COMERCIAL & ITERNACIONALIZACIÓN
CÓDIGO:	PDD-MGCI
CRÉDITOS (ECTS):	5
PROFESOR COORDINADOR:	Jordi Guasch
FECHA ÚLTIMA REVISIÓN:	12/11/2018

## DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CURSO

---

Esta asignatura tiene 4 partes totalmente diferenciadas que se corresponden con las 4 sesiones:

- Marketing Estratégico
- Gestión Comercial
- Internacionalización y
- Marketing Digital

La sesión de **Marketing Estratégico** pretende dar una visión holística y 360º del marketing, ligándola con la estrategia de la empresa, de la que forma el núcleo.

Se practicará con casos reales de Inteligencia de Mercado, tanto tradicionales como con las herramientas y técnicas más modernas. También se verán y practicarán las Estrategia, Tácticas y finalmente quedaran plasmadas en un plan de Marketing

La sesión de **Gestión Comercial** pretende dar una introducción a las Ventas y la Dirección Comercial y que puedan obtener los conocimientos básicos relativos a la misma, e identificar sus áreas principales desde la búsqueda de clientes al cierre de oportunidades de venta.

También se abordan temas específicos relativos a la dirección de equipos de venta, tanto internos como externos.

La sesión de **internacionalización** pretende dar una visión general de aquellos aspectos generales que las empresas deben tener presente para llevar a término su internacionalización. Pero, ¿Por dónde empezar? ¿Cuáles son los riesgos y cómo controlarlos? El propósito de esta sesión es reflexionar sobre estos aspectos y establecer un marco de aspectos a tener presente para la internacionalización.

La sesión de **Marketing Digital** pretende introducir el marketing digital desde un punto de vista analítico, estratégico y táctico. Dotando a los estudiantes de una visión transversal de la implicación y posibles funcionalidades del marketing digital en las diferentes áreas de la empresa .

## OBJETIVOS GENERALES

---

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

- Determinar cuáles son los aspectos condicionantes de esta economía global.
- Reflexionar sobre aquellos aspectos críticos empresariales a tener presente en la internacionalización.
- Desarrollar una visión amplia y un marco de comprensión de los diversos elementos que integran las relaciones empresariales a nivel internacional.
- Establecer un punto de referencia para que empresas y profesionales puedan llevar a cabo su plan de internacionalización, especialmente las pequeñas y medianas empresas.

## CONTENIDOS

---

### TEMA 1: EL MARKETING ESTRÁTEGICO

#### Resultados/objetivos del aprendizaje

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Diseñar el Modelo de Negocio Ampliado.
- Analizar y tomar las primeras decisiones de marketing.
- Cómo conocer el mercado y los clientes.

Definir las estrategias y las tácticas de marketing y plasmarlo en un plan.

#### Contenido

- 1.1 El Marketing y la Estrategia. El Modelo de Negocio.
- 1.2 Análisis y Decisiones.
- 1.3 La Inteligencia de Mercado.
- 1.4 El Marketing Mix.
- 1.5 Marketing Táctico.
- 1.6 El Plan de Marketing.

## **TEMA 2: LA GESTIÓN COMERCIAL.**

### **Resultados/Objetivos del aprendizaje**

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Reconocer la importancia de una correcta gestión comercial en el éxito de una empresa.
- Conocer las fases habituales de un proceso de compra-venta y los aspectos claves sobre los que se ha de incidir en cada uno de ellos.
- Entender las relaciones que rigen la vida de un equipo de ventas y qué factores se han de tener en cuenta para el éxito del mismo.

### **Contenido**

- 2.1 Introducción a la Venta Compleja.
- 2.2 La Venta Transaccional y la Venta Consultiva.
- 2.3 Recorriendo el Proceso de Venta. De la captura de Oportunidades al Cierre.
- 2.4 Dirección de Equipos Comerciales.
- 2.5 El Factor Humano.

## **TEMA 3: LA INTERNACIONALIZACIÓN**

### **Resultados del aprendizaje**

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Tener una concepción clara de los aspectos a tener presentes en una economía global e internacional.
- Conocer cuáles son los aspectos fundamentales a tener presentes en la internacionalización.
- Comprender el marco de trabajo para llevar a término la internacionalización de la empresa.

### **Contenido**

- 3.1 Cómo está afectando a nivel internacional la globalización de los mercados.
- 3.2 La necesidad de establecer una estrategia internacional.
- 3.3 Los mercados y la internacionalización.
- 3.4 Plan de Promoción Internacional.

## **TEMA 4: EL MARKETING DIGITAL**

### **Resultados del aprendizaje**

El estudiante después de estudiar el capítulo y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Comprender el Ecosistema Digital
- Distinguir los diferentes canales en función de su naturaleza: Paid Media, Owned Media, Earned Media.

- Comprender las Estrategias de Inbound & Outbound Marketing
- Asimilar los conceptos : Social Selling & Employer Branding
- Growth Hacking: Mostrar múltiples herramientas que fomentan la automatización de procesos.
- Entender el auge de los influencers, microinfluencers, nanoinfluencers y brandlovers.
- Conocer las KPI's y métricas más relevantes en función de los modelos de negocio.

## Contenido

- 4.1 Ecosistema Digital
- 4.2 Estrategias de Inbound Marketing
- 4.3 Naturaleza de los Medios
- 4.4 Growth Hacking
- 4.5 El auge de los Influencers Sociales
- 4.6 KPI's & Métricas

## METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

---

La asignatura se organiza de manera que el estudiante pueda obtener los conocimientos de los diferentes temas, consiga llevarlos a la práctica, y desarrolle una actitud participativa, proactiva y de espíritu crítico hacia los mismos.

Por eso, las sesiones en el aula se dividen en teoría y práctica, y las actividades de aprendizaje se presentan como una oportunidad para complementar los conocimientos adquiridos y asimilarlos con mayor profundidad.

## EVALUACIÓN

---

La evaluación se llevará a término mediante la participación del participante y un test aptitudinal. Asimismo, en estas evaluaciones se combinan cuestiones cualitativas y factores cuantitativos que ponen de manifiesto capacidades, comportamientos y actitudes indicadoras del grado de madurez del/la estudiante para el ejercicio de responsabilidades ejecutivas y gerenciales. Dentro de este concepto, los factores que se someterán a criterios evaluables serán la asimilación de la información y de los conocimientos impartidos. Estos factores cualitativos pueden ser, entre otros:

- La calidad de las intervenciones: capacidad argumental, comunicativa, etc
- La capacidad de síntesis en la elaboración de trabajos, exposiciones orales, argumentaciones, etc.

La nota final de la asignatura será la nota media de las 4 sesiones ponderada con la valoración obtenida por el alumno en la presentación al Tribunal de su Proyecto.

## BIBLIOGRAFÍA

---

- Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores. Michael E. Porter
- *Big Data: A Revolution that Will Transform how We Live, Work, and Think*. Viktor Mayer-Schonberger y Kenneth Cukier. Ed. Houghton Mifflin Harcourt.
- El cerebro nos engaña. Francisco Rubia

- Kotler, P. y Armstrong, G. “Fundamentos de marketing”. Editorial Pearson-Prentice Hall. 2003.
- “Spin Selling”, de Neil Rackham
- “The Challenger Sale” de Matthew Dixon & Brent Adamson
- Mercados internacionales (2ª ed.): inversiones extranjeras. DIEGO GOMEZ CACERES, Editorial: ESIC EDITORIAL.
- Manual del comercio exterior. JOAN CHABERT, Editorial: EDICIONES GESTION 2000.
- La exportación y los mercados internacionales. Francisco Granell Trias, Editorial ILUSTRADA.
- La paradoja de la globalización. Dani Rodrik.
- Growth Hacking Marketing de Ryan Holiday
- Cliente digital, vendedor digital, Álex López
- 51 Things Your Mother Taught You About Inbound Marketing