

MÁSTER UNIVERSITARIO EN LOGÍSTICA, CADENA DE SUMINISTROS Y NEGOCIOS MARÍTIMOS

35021 - MARKETING PARA LA CADENA DE SUMINISTRO

Información general

- Curso académico 2023/24
- Curso: Primero
- Trimestre: Primero
- Número de créditos: 2
- Profesorado:
 - Jordi Garolera Berrocal <jgarolera@tecnocampus.cat>

Idiomas de docencia

- Catalán

L'assignatura s'imparteix en anglès.

Presentación de la asignatura

Màrqueting per a la cadena de subministrament.

La integració entre la cadena de subministrament i les àrees de màrqueting és fonamental perquè l'empresa estigui més a prop de complir i satisfer les necessitats del client, un element clau per al creixement del negoci.

Competencias/Resultados de aprendizaje

Básica

- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Específica

- CE3. Planificar el análisis en los entornos de negocio, locales y globales, con el fin de adelantarse a las nuevas oportunidades de mercado susceptibles de ser transformadas en productos comerciales
- CE5. Diseñar y poner en marcha sistemas logísticos, valorando las diferentes alternativas posibles, las restricciones técnicas y de recursos y teniendo en cuenta la dirección y gestión coordinada a lo largo de la cadena de suministro.
- CE7. Gestionar (planificar, programar y controlar) el flujo de materiales e información (flujo de la cadena de suministros) a través de la dirección y gestión coordinada de las áreas de compras, producción y distribución física de la empresa.

Transversal

- CT1. Mostrar disposición para conocer nuevas culturas, experimentar nuevas metodologías y fomentar el intercambio internacional en el contexto de la logística, la cadena de suministros y los negocios marítimos
- CT2. Mostrar habilidades emprendedoras de liderazgo y dirección, que refuercen la confianza personal y reduzcan la aversión al riesgo
- CT3. Desarrollar tareas aplicando con flexibilidad y creatividad los conocimientos adquiridos y adaptándolos a contextos y situaciones nuevas

No se definidas

Contenidos

- Vista general de preus.
- La segmentació del mercat.
- Models de demanda del consumidor.
- Estimació de dades.
- El preu com a problema d'optimització restringit.
- Models de preus dinàmics.
- Models de preus no lineals i innovadors.
- Preu en funció del valor.

Objetivos de Desarrollo Sostenible

- 08 - Trabajo decente y crecimiento económico
- 04 - Educación de calidad
- 09 - Industria, innovación e infraestructura

Sistema de evaluación y calificación

Participació a classe: 30%
Projecte: 70%