

- Inicio
- Menú Docencia
- Categorías
- [D C E]

[D C E]

Oficina Web UGR

Comunicación Comercial [DCE]

- Acceso

Creadores de curso	Francisco Javier Valverde García
--------------------	----------------------------------

Dirección de Ventas [DCE]

- Acceso

Profesor	Francisco Ladrón Galán Juan Miguel Rey Pino Francisco José Liébana Cabanillas
----------	---

Los **objetivos** que se pretenden alcanzar con el estudio de los temas presentes en este programa, se encaminan al estudiante interesado en la Dirección de Ventas dentro de la empresa moderna. El programa está completado con casos reales de empresas, consiguiéndose con su estudio el dominio de muchos temas que aquí resultan sencillos. El principal objetivo del presente programa es otorgar una visión general y organizada de los factores individuales que inciden en el rendimiento, satisfacción y rotación del personal de la fuerza de ventas.

Estrategias de Comercialización [DCE]

- Acceso

Profesor	Francisco José Liébana Cabanillas Bárbara Montero González Francisco Ladrón Galán M ^a Isabel Viedma del Jesús María Isabel Arias Horcajadas
----------	--

Introducción al Marketing [DCE]

- Acceso

Creadores de curso	Dolores M ^a Frías Jamilena Myriam Martínez Fiestas Javier Aguilera Caracuel Francisco Montoro Ríos María Isabel Arias Horcajadas
--------------------	---

El **objetivo genérico** de la asignatura es facilitar al alumno los conocimientos básicos de marketing, tanto teóricos como prácticos, en los que posteriormente se profundizará en la asignatura de Estrategias de Comercialización (del segundo cuatrimestre).

De manera específica los **objetivos** de este programa son introducir al alumno en el ámbito del marketing, permitiendo que se familiarice con conceptos como demanda, comportamiento del consumidor, mercado, segmentación, posicionamiento, investigación de mercados o plan de marketing. Todos ellos relevantes en la definición de un escenario en cuyo marco se toman las decisiones de marketing.

Asimismo, el principal objetivo de la parte práctica es que los alumnos sean capaces de aplicar los conocimientos aprendidos en cada tema a la resolución de casos prácticos, fomentando de esta manera su capacidad analítica acerca de los contenidos del programa.

En definitiva, se persigue que el alumno adquiera nociones básicas sobre el concepto y herramientas del marketing, a fin de que éste pueda desempeñar las tareas relacionadas con la actividad comercial correctamente. En líneas generales, se trata de conseguir que asimile la importancia que debe adquirir el subsistema de marketing dentro del sistema empresa.

[|| Accesibilidad](#) | [Política de privacidad](#)

CEI BIOTIC | © 2025 | Universidad de Granada

Oficina Web UGR