

ESCUELA UNIVERSITÁRIA DE INGENIERIA TÉCNICA INDUSTRIAL DE BARCELONA			
INGENIERO TÉCNICO INDUSTRIAL. Especialidad en Electricidad			
Asignatura:		Ingeniería Comercial	
		Siglas:	EC
		Código:	15442
		Versión:	2007
Tipos: Optativa	Créditos totales:	6	Horas/semana totales: 4
	Créditos presenciales Teoría:	3	Horas/semana presenciales Teoría: 2
	Créditos presenciales Problemas:	1,5	Horas/semana presenciales Problemas: 1
Cuatrimestre: C4	Créditos presenciales laboratorio:	0	Horas/semana presenciales Laboratorio: 0
	Créditos no presenciales:	1,5	Horas/semana no presenciales: 1
Áreas de conocimiento (BOE): Economía Aplicada. Organización de Empresa.			
Descriptor (BOE): El proceso de comercialización en el sector industrial. Las teorías de la venta. El ingeniero técnico comercial.			
Responsable: Josep Pardina			
Prerrequisitos:			
Co Requisitos:			
Objetivos:			
Programa:			
Tema 1: El proceso de comercialización en el área industrial. (3h) El Técnico Comercial como centro de interés. El Técnico Comercial en la sociedad industrial. El binomio Venta/Producción. Características del Técnico- Comercial.			
Tema 2: Las teorías de la venta aplicada en procesos industriales. (3h) Las teorías de la venta. Teoría formulista. Teoría estímulo- respuesta. Teoría necesidad-satisfacción. Teoría de la interacción.			
Tema 3: El rol del ingeniero técnico comercial. (4h) Concepto de rol. Las necesidades psicológicas del ingeniero técnico comercial. Los prerrequisitos del técnico de ventas. El profesiograma.			
Tema 4: Estrategia del proceso de venta técnica. (3h) Concepto de planificación. Objetivos de ventas: el T.A.M. Plan de acción. Estrategia por áreas.			
Tema 5: Tácticas del proceso de la venta técnica. (3h) Reacción del consumidor. El proceso de la venta.			
Tema 6: Técnicas de investigación comercial aplicada a la ingeniería. (4h) La encuesta. La elección de la muestra. Tabulación de resultados y el informe técnico.			
Tema 7: Dinámica de grupos y formación de técnicos comerciales. (3h) Análisis de grupos. La sociometría. Lewin y la dinámica de grupos. La formación de Técnicos Comerciales.			
Tema 8: Organización del departamento de ventas. (5h) Concepto de rol. Las necesidades psicológicas del ingeniero técnico comercial. Los prerrequisitos del técnico de ventas. El profesiograma.			
Tema 9: Los mercados industriales frente a las compras. (5h) El papel del consumidor en el mercado. Fundamentos de la demanda. Medida de los mercados. Factores que afectan a la demanda del consumidor.			
Tema 10: El usuario industrial. (3h) Características del mercado industrial. Clasificación de los artículos y servicios industriales.			
Tema 11: Hábitos de compra del consumidor. (5h) Normas sobre el producto. Hábitos de compra como criterio para clasificar el producto. Determinación de los hábitos de compra.			
Tema 12: Motivación y problemática de compra. (3h) Motivos racionales para comprar. Combinación de métodos. Dilema del consumidor. La actividad del consumidor.			
Prácticas de Laboratorio:			
Actividades No Presenciales: Planteamiento y seguimiento tutelado sobre posibles casos en la ingeniería comercial.			
Bibliografía Básica: 1. Apuntes de clase. 2. "Técnicas de ventas". Ed. Deusto 3. "Organización de departamentos comerciales". Ed. Deusto.			

Bibliografía Complementaria:			
Sistema de evaluación:			
Controles de seguimiento:	Primero: 10%	Segundo: 0%	Prueba final: 50%
No presencial:	10%	Prácticas 0%	Otra: 30%