



DOCTORATS
INDUSTRIALS

EL PLA DE
DOCTORATS
INDUSTRIALS

PROJECTE DE DOCTORAT INDUSTRIAL EXPEDIENT 2015 DI 047

DADES DE L'EMPRESA I DE L'ENTORN ACADÈMIC

Títol del projecte

Marketing Intelligent Systems en la venda de material mèdic-quirúrgic, productes farmacèutics i serveis sanitaris.

Empresa

B. BRAUN SURGICAL S.A.

Responsable de l'empresa

Jordi Vallès Paya

Universitat o Centre de Recerca

Universitat Autònoma de Barcelona

Director/a de tesi

Maria Pilar Dellunde Clavé

Treballador/a de l'empresa i doctorand/a

Marco Antonio Mantilla Téllez

BREU DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE DE RECERCA

El projecte de recerca té per objectiu desenvolupar Marketing Intelligent Systems en la venda de material mèdic-quirúrgic, productes farmacèutics i serveis sanitaris. El projecte desenvoluparà un entorn computacional de tipus taller de resolució creativa de problemes (creative problem solving) i d'entrenament adreçat a tècnics del departament de màrqueting de B. Braun. Entre els talents cada vegada més valorats en aquests professionals trobem el lideratge, la innovació i creativitat. Aquestes són les competències d'aprenentatge que s'avaluarien en l'entorn creat en aquest projecte.

De l'anàlisi de l'experiència de funcionament d'aquesta plataforma en sortiran propostes de nous mètodes de màrqueting aplicables a escala internacional, però adreçats especialment a l'economia catalana. El punt de partida per la implementació de l'entorn serà l'estudi de plataformes existents en les àrees d'Artificial Social Intelligence, Computational Simulation i Multiagent Systems, com per exemple les software platforms que s'estan desenvolupant en el projecte Marie Curie Initial Training Network ESSENCE del 7th Framework Programme de la Unió Europea.

El màrqueting estudia com introduir un producte analitzant, segmentació, posicionament i targeting en un mercat. El targeting es refereix al potencial client o comprador. Cada vegada més en màrqueting és fonamental l'anàlisi del comportament del client, és a dir, el client en tant que individu social que té un comportament específic i que afecta la presa de decisions.



Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Coneixement
Secretaria d'Universitats i Recerca



Agència
de Gestió
d'Ajuts
Universitaris
i de Recerca



EL PLA DE DOCTORATS INDUSTRIALS

Molts dels estudis de màrqueting estan basats en mètodes estadístics. Darrerament també ha estat important la introducció de tècniques d'intel·ligència artificial aplicades a l'anàlisi de dades. Com a element innovador, el projecte no se centrarà tant en l'anàlisi de les dades, com en la idea de personalització de la relació amb el client. En aquest sentit, s'utilitzaran principalment tècniques d'argumentació en lògica computacional, adreçades a la modelització del fenomen de la persuasió, tenint en compte també alguns elements no purament lògics, com les emocions o la confiança (utilitzant computational trust and reputation models).