
GESTIÓ COMERCIAL I MARKETING

Mòdul que pertany a la formació de **TÈCNIC EN DIRECCIÓ COMERCIAL I MÀRQUETING**
Curs destinat a donar resposta a les necessitats dels professionals de la petita i mitjana empresa, capacitant-los per a dur a terme aquelles tasques directives dels diferents àmbits empresarials.

O B J E C T I U S

- Comprendre la finalitat i objectiu de l'activitat comercial per tal de posar en pràctica els plans comercials
- Familiaritzar-se amb les tasques i funcions del departament comercial útils per formular polítiques i planificar estratègies de Màrketig.
- Garantir una formació de qualitat als participants perquè desenvolupin eficaçment el seu rol en la direcció empresarial i contribueixin a l'assoliment d'objectius de l'empresa.

P R O G R A M A

1. POLÍTIQUES I ESTRATÈGIES DE MÀRQUETING

- Conceptes bàsics del Màrketig, definició i història
- El rol del marketing a l'empresa
- El procés del marketing: estudi, estratègia i implementació
- Estudi: Màrketig analític
- Estratègia: Segmentació, targeteting i posicionament

2. MÀRQUETING MIX (Model de les 4 Ps o 4 Cs)

- Producte
 - Concepte, disseny i característiques
 - Valor del producte pel client
 - Cicle de vida del producte
- Preu
 - Objectius i estratègies del preu
 - Factors que influeixen en la fixació del preu
 - Estratègies de determinació del preu
- Distribució (Place)
 - Estratègies de distribució
 - Conveniència pel client (quantitat, qualitat, termini de lliurament)
 - Gestió dels canals de distribució (BtoB, BtoC)

- Promoció
 - El procés de comunicació
 - Canals de comunicació
 - Aspectes claus sobre publicitat
- Implementació : Pla de Marketing

3. LA GESTIÓ COMERCIAL

- Tipus d'organitzacions comercials
- Fixació dels objectius comercials
- El departament comercial
- Planificació de la campanya
- El procés de venda
- Control i supervisió de l'activitat comercial

M E T O D O L O G Í A

La participació activa és l'eix fonamental entorn el qual es desenvolupa aquest curs, d'aquesta manera, les sessions combinen l'exposició de conceptes teòrics amb la realització de supòsits pràctics, extrets de la realitat empresarial, que són analitzats de forma individual i grupal. Els supòsits presentats permeten una ràpida transferència a la realitat empresarial de cada un dels participants.

Els mitjans didàctics utilitzats per la impartició del curs consisteixen en la utilització del canó de projecció, i en el lliurament de material de suport que complementa l'exposició del docent.