

## DENOMINACIÓ: GESTIÓ COMERCIAL

**MODALITAT:** Presencial

**DURADA:** 20 hores

### OBJECTIUS:

L'objectiu general del curs és:

Aprendre eines bàsiques per realitzar balanços i gestions comercials. Adquirir els coneixements necessaris per planificar i fer una previsió adequada.

Per això en finalitzar el curs el participant ha de:

1. Identificar la tipologia de les organitzacions des del punt de vista comercial.
2. Conèixer la funció i les principals feines que fa el departament comercial.
3. Aprofundir en els fonaments de la investigació comercial i aprendre a aplicar-los a casos concrets.
4. Planificar una campanya comercial i aplicar-la a casos concrets en funció de les necessitats de l'empresa..
5. Aprendre a fer una previsió de vendes utilitzant els instruments més comuns.
6. Conèixer els principals mecanismes de promoció de les vendes.
7. Analitzar el preu sota la perspectiva del màrqueting, els principals mètodes de fixació i les estratègies de preus més utilitzades.

### CONTINGUTS:

#### UNITAT DIDÀCTICA 1. INTRODUCCIÓ.

- 1.1. Tipus d'organitzacions comercials
- 1.2. El departament comercial
- 1.3. Fixació dels objectius comercials
- 1.4. Control i supervisió de l'activitat comercial

#### UNITAT DIDÀCTICA 2. ESTADÍSTICA I ESTUDIS DE MERCAT.

- 2.1. Disseny i tècniques de la investigació comercial
- 2.2. El treball de camp
- 2.3. Els resultats de la investigació
- 2.4. Estadística descriptiva. Interpretació dels fenòmens observats
- 2.5. Els resultats de la investigació comerç

#### UNITAT DIDÀCTICA 3. PLANIFICACIÓ, PREVISIÓ I PROMOCIÓ DE VENDES.

- 3.1. Planificació de la campanya



- 3.2. Previsió de les vendes
- 3.3. Promocions de vendes

#### **UNITAT DIDÀCTICA 4. POLÍTIQUES DE PREUS I DE PRODUCTES: PUBLICITAT.**

- 4.1. El preu, variable de màrqueting
- 4.2. Mètodes de fixació de preus
- 4.3. Estratègies de preus

