

QUADRE 1 : AFINITATS

CICLE FORMATIU		ESTUDI UNIVERSITARI	
C.F.G.S.D'ÒPTICA D'ULLERA		DIPLOMAT EN ÒPTICA I OPTOMETRIA	
NOM DEL CREDIT DEL CFGS		UNIVERSITAT	
		EUOOT (UPC)	
		ASSIGNATURA	
GESTIÓ I ADMINISTRACIÓ D' ÒPTICA		GESTIÓ I MARKETING D'EMPRESA	
DURADA:	60 HORES	NOMBRE CRÈDITS I TIPUS:	4,5 CRÈDITS OPTATIVA
CONTINGUTS		CONTINGUTS	
EMPRESA		Directrius Generals:	
GESTIÓ D'UNA EMPRESA		NOCIONS GENERALS SOBRE L'EMPRESA	
<ul style="list-style-type: none"> ❑ El cicle comptable. ❑ Els comptes anuals: el compte de resultats, el balanç de situació; composició i anàlisi. ❑ El preu de cost: tipus de costos, el preu de cost i el preu de venda. ❑ La previsió de resultats. ❑ El programari estàndard de gestió. 		<p>S'introduirà al alumne en els conceptes d'empresa i empresari, punts de partida per la creació d'una empresa, diferents tipus d'empreses, i els principis generals en que es basa la gestió empresarial.</p>	
CREACIÓ D'UNA EMPRESA		FUNCIONS EMPRESARIALS	
<ul style="list-style-type: none"> ❑ Funcions, elements i objectius empresarials. ❑ Estructura interna: les àrees funcionals, l'organigrama de relacions. ❑ La forma jurídica: l'empresari individual, les societats mercantils, les cooperatives. ❑ L'àmbit d'actuació: localització del mercat, el segment del mercat. ❑ La ubicació de l'empresa: requisits, normes urbanístiques i medi ambientals. ❑ La dimensió de l'empresa: capital, inversió i finançament, recursos humans, previsió d'ingressos i de despeses. ❑ La constitució de l'empresa: obligacions formals, tràmits administratius, documentació legal, organismes amb competència. 		<p>S'estudiaran les diferents funcions o activitats funcionals (compres, vendes, marketing, finances, recursos humans, producció, direcció, etc.) que es porten a terme en l'empresa des d'una perspectiva integral, entenent que les actuacions de cada activitat en particular tenen que confluïr cap a un objectiu global d'empresa.</p> <p>Àrea comercial:</p>	
DOCUMENTACIÓ EMPRESARIAL		L'ACTIVITAT COMERCIAL	
<ul style="list-style-type: none"> ❑ La documentació comercial: la comanda, l'albarà, la factura i el rebut; funció, estructura i requisits formals. ❑ La documentació financera: el xec i la lletra de canvi; funció i requisits formals. ❑ La documentació de contractació de serveis, assegurança i compra venda. ❑ La documentació del producte o servei propi de l'activitat. 		<p>Concepte i objectius de l'activitat comercial, la competitivitat i les principals estratègies i polítiques competitives, el sistema de marketing i introducció a les variables de decisió: marketing-mix, estudi del mercat</p>	
		MARKETING-MIX: EL PRODUCTE	
		<p>Nocions sobre el producte, classificacions, cicle de vida, creació de nous productes, identificació del producte i errors en la política de producte.</p>	
		MARKETING-MIX: EL PREU	
		<p>Objectiu de la política de preus, mètodes de determinació dels preus, estratègies per fixar preus, diferenciació i discriminació de preus.</p>	



EL DEPARTAMENT COMERCIAL

- ☐ Conceptes i funcions
- ☐ Relació amb altres departaments
- ☐ Organització

EL MERCAT

- ☐ Concepte i tipus
- ☐ Demanda total i dem<and< d'empresa
- ☐ Quota de mercat

ESTUDI DE MERCAT

- ☐ Concepte
- ☐ Fases de l'estudi de mercat
- ☐ Tècniques de recollida de dades primàries
- ☐ Anàlisi de l'entorn general, de la competència i del consumidor.

SEGMENTACIÓ DEL MERCAT

- ☐ Concepte
- ☐ Criteris
- ☐ Importància de la segmentació de mercats.

MÀRQUETING

- ☐ Evolució de l'activitat comercial
- ☐ Què és el màrqueting
- ☐ Importància del màrqueting
- ☐ Elements de màrqueting

EL PRODUCTE

- ☐ Tipus de producte
- ☐ Conceptes de gamma i línia de productes
- ☐ Cicle de la vida d'un producte
- ☐ L'envàs
- ☐ La marca

EL PREU

- ☐ Fixació de preus basada en la teoria econòmica
- ☐ Fixació de preus basada en els costos
- ☐ Fixació de preus basada en la competència
- ☐ Estratègia de preus

LA PROMOCIÓ

- ☐ Concepte
- ☐ Instruments de la promoció

LA DISTRIBUCIÓ

- ☐ Funcions de la distribució
- ☐ El canal de distribució
- ☐ Nous canals de distribució

EL MERCHANDISING

- ☐ Conceptes
- ☐ Elements

MARKETING-MIX: LA DISTRIBUCIÓ

El canal de distribució, funció dels intermediaris, selecció dels canals de distribució, errors habituals en la política de distribució.

MARKETING-MIX: LA COMUNICACIÓ

La publicitat, la promoció de vendes, el merchandising, les relacions públiques, la venda personal, comparació de les formes de comunicació.

--	--