



CURS DE VENDES I MARQUETING PEL COMERÇ

90 HORES

CODI: COMM032PO

CURS TOTALMENT SUBVENCIONAT PER TREBALLADORS EN ACTIU

OBJECTIUS

Identificar els elements teòrics i pràctics de la gestió de màrqueting i vendes pel petit comerç, aprofundint en els elements del màrqueting mix i en els mètodes de treball en l'atenció al client, així com afrontar el pla de màrqueting, el seu establiment, aplicació i control.

RESUM DE CONTINGUTS

1. CONCEPTES DE MÀRQUETING. NECESSITAT, DESIG I DEMANDA

- 1.1. Concepte de màrqueting i vendes
- 1.2. Necessitats, desitjos i demandes.
- 1.3. Producte.

2. EL PLA ESTRATÈGIC

- 2.1. Introducció.
- 2.2. Definir la missió del nostre negoci.
- 2.3. Els objectius..

4. ESTABLIMENT DELS OBJECTIUS DEL PLA DE MÀRQUETING

- 4.1. Els objectius del pla de màrqueting.
- 4.2. Objectius de venda.
- 4.3. Objectius de rendibilitat.

5. ESTRATEGIES PER AUGMENTAR LES VENDES

- 5.1. Introducció.
- 5.2. Tipus d'estratègies.
- 5.2.1. Líder.

6. PREVISIÓ DE VENDES. QUOTES DE VENDES

- 6.1. Introducció.
- 6.2. Factors a tenir en compte.
- 6.3. Característiques de les previsions de vendes.

7. SELECCIÓ, MOTIVACIÓ REMUNERACIÓ.

- 7.1. Introducció.



- 7.2. Funcions de la força de vendes.
- 7.3. Objectius de la força de vendes.

8. ELABORACIÓ DE PRESSUPOSTOS

- 8.1. Pressupostos.
- 8.2. Repartiment eficient de recursos.
- 8.3. Sistemes pressupostaris.

9. SEGUIMENT I CONTROL

- 9.1. Introducció. Control de les activitats de màrqueting.
- 9.2. El control del màrqueting estratègic.
- 9.3. Avaluació i control del pla de màrqueting operatiu.

10. NOVES TENDÈNCIES DE MÀRQUETING

- 10.1. Evolució del màrqueting: del màrqueting de producte al màrqueting de client.

11. INTEGRACIÓ DEL MÀRQUETING A LA NOSTRA PETITA O MITJANA EMPRESA

- 11.1. Conceptes bàsics de direcció estratègica.
- 11.2. Creació de valor a l'empresa.

☎ 938 734 599
692 844 491

✉ info@emi-manresa.cat



📍 Passeig Pere III, 96. 1er 1a
08242 - Manresa

🌐 www.emi-manresa.cat

