

Catàleg d'especialitats de la oferta de formació no formal

FAMÍLIA PROFESSIONAL

Comerç i màrqueting

ÀREA PROFESSIONAL

Màrqueting i relacions públiques

GRUPAF	GRUP AMPLIAT	HORES	CODI FAMÍLIA	CODI ÀREA	IDENTIFICADOR
COMM112	2016	40	COM	COMM	FC01_COMM112_2016

NOM DE L'ACCIÓ

Màrqueting per a empreses d'economia social

OBJECTIUS

Objectiu general:- Facilitar les eines i les competències per implantar en les cooperatives una gestió orientada al mercat.Objectius específics:- Mostrar les possibilitats d'expansió empresarial i de millora de la qualitat que suposa la realització de màrqueting.- Desenvolupar continguts que permetin a un treballador determinar les oportunitats i desavantatges amb les quals el cooperatiu compta per afrontar els reptes del mercat.

CONTINGUTS

1. Introducció al màrqueting1.1. L'opció de l'orientació al mercat com a filosofia d'empresa.1.2. Assemblatge de l'orientació al mercat amb la política d'empresa.1.3. La realitat empresarial i el seu entorn. Identificació i comprensió dels factors de canvi.2. El servei d'informació del màrqueting.2.1. Els sistemes d'informació i les organitzacions2.2. Tipus de sistemes d'informació2.3. Disseny de sistemes d'informació2.4. Implantació del sistema d'informació2.5. El paper estratègic dels sistemes d'informació3. Establiment dels objectius del màrqueting 3.1. Màrqueting analític3.2. Estratègies bàsiques: segmentació3.3. Estratègies bàsiques: posicionament4. Gestió del màrqueting: Eines de màrqueting per a empreses d'economia social4.1. Màrqueting estratègic4.2. Màrqueting operatiu4.3. El mix de màrqueting