

PLA D'ACTIVITATS GESTIÓ DE VENDES I ESPAIS COMERCIALS

Marca amb una "X" les principals activitats que l'alumne/a durà a terme durant la seva estada a l'empresa, valorant que siguin variades.

ACTIVITATS FORMATIVES	
	1. Activitats de referència relacionades amb la gestió econòmica i financera de l'empresa
	1.1. Col·laboració en el procés de selecció de recursos financers.
	1.2. Elaboració i gestió de documentació comercial.
	1.3. Gestió de tresoreria i de cobraments i pagaments.
	1.4. Elaboració i tramitació de documentació fiscal.
	2. Activitats de referència relacionades amb l'aprovisionament i el magatzem
	2.1. Participació en la planificació i control de l'aprovisionament i de la distribució.
	2.2. Determinació de necessitats de materials i gestió d'estocs.
	2.3. Col·laboració en la selecció de proveïdors.
	2.4. Elaboració de la documentació de control, registre i intercanvi amb proveïdors.
	2.5. Organització del magatzem.
	2.6. Gestió de les operacions de recepció, preparació i expedició de comandes.
	2.7. Gestió d'operacions de logística inversa.
	3. Activitats de referència relacionades amb el procés de venda
	3.1. Participació en la planificació i control dels equips de venda.
	3.2. Realització de les vendes de productes i/o serveis.
	3.3. Organització del servei postvenda i d'atenció al client.
	3.4. Elaboració de documents de comunicació amb els clients.

	4. Activitats de referència relacionades amb la implantació dels productes i serveis als espais comercials
	4.1. Organització d'espais comercials.
	4.2. Disseny i muntatge d'aparadors.
	4.3. Participació en la planificació de l'assortiment de productes.
	4.4. Col·laboració en la planificació de la distribució de productes a l'espai de vendes.
	4.5. Disseny, realització i/o control d'accions promocionals en el punt de venda.
	5. Activitats de referència relacionades amb la recollida i presentació d'informació
	5.1. Obtenció i organització d'informació primària o secundària d'acord amb el pla d'investigació i amb utilització de diferents mitjans.
	5.2. Gestió de bases de dades o de sistemes d'informació de màrqueting (SIM).
	5.3. Anàlisi de la informació recollida i elaboració d'informes.
	6. Activitats de referència relacionades amb les polítiques de màrqueting
	6.1. Seguiment i control de les polítiques de màrqueting.
	6.2. Utilització d'aplicacions i sistemes d'informació (SIM, CRM, entre altres).
	6.3. Participació en la planificació i gestió del màrqueting digital.
	6.4. Gestió de la pàgina web i altres espais digitals de promoció i venda en línia.