

ACTIVITATS CONSOLIDACIÓ

Tots els alumnes es matriculin a Economia de l'empresa II, han de fer les següents activitats que seran avaluades en la nota del primer trimestre de segon curs.

- 1- Un resum del tema 12 i del tema 13 del llibre de primer curs d'Economia de l'empresa.
- 2- Els exercicis 7,8,9,13,14,15,17,19,20,24,25 i 31 de les pàgines 251-252.
- 3- La irrupció d'Internet en l'àmbit de la comercialització està influïent de manera decisiva sobre la forma tradicional que els fabricants i productors tenien en cas de realitzar la venda i canalització dels seus productes als mercats finals de consumidors. Aquest és el cas, entre altres, de gran quantitat de productors que en la indústria hortofructícola estan decidint cada vegada més vendre els seus productes als consumidors finals a través d'Internet. En aquest sentit, exposa quins són les conseqüències que es deriven sobre la longitud del canal de distribució si tots els productors de taronges es posen d'acord en oferir la seva producció de taronja als consumidors finals exclusivament a través d'Internet.
- 4- Les activitats finals de les pàgines 265 i 266.
- 5- A partir de la següent informació, es demana que elaboreu una anàlisi DAFO senzilla sobre el projecte de negoci d'aquests tres estudiants:

Tres estudiants de la Facultat d'Economia i Empresa es plantegen engegar a Reus un negoci d'aplicacions per a mòbils. De fet, ja tenen fets contactes amb futurs clients, tots ells a Madrid ja que allà hi ha empreses més grans que demanden aquest tipus de producte. Els manquen els coneixements tècnics per desenvolupar els productes (tenen pensat contractar personal especialitzat) però sí que han fet estudis sobre potencialitat de creixement, normativa, etc. Tenen molta empena i ganes de treballar. Són experts en màrqueting, però encara no han cursat les assignatures de finances, així que tenen dubtes en alguns aspectes sobre la viabilitat del projecte.

- 6- Imagina que ets el cap del departament comercial de l'empresa X, que es dedica a la fabricació de pizzes precuinades i que està força posicionada en el mercat com una empresa que ven productes de qualitat a un preu una mica més alt que la mitjana del sector. Se t'encarrega fer un pla de màrqueting amb l'objectiu d'incrementar les vendes en un 10%.
 - a. Enumera els passos que has de seguir per fer un pla de màrqueting
 - b. Inventa un possible quadre DAFO on estiguin representades possibles debilitats, amenaces, fortaleses i oportunitats.
 - c. Escribeu quatre objectius que siguin adequats amb el quadre que has fet.
 - d. Escribeu tres accions concretes que duràs a terme a curt, a mig i a llarg termini.
 - e. Argumenta per què és important que hi hagi un control del pla de màrqueting.