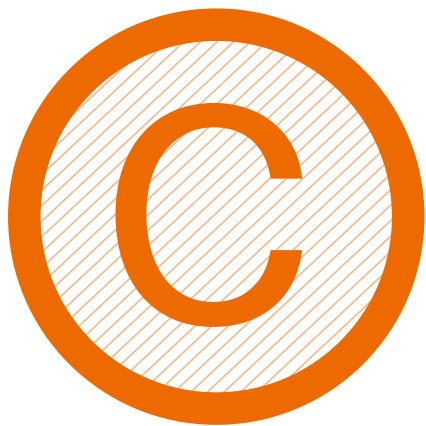




FEDERACIÓ DE MUNICIPIS
DE CATALUNYA

21 abril/10
Terrassa

Durada

5 hores

Horari

De 9.30 a 14.30 hores.

Destinataris

Aquest seminari s'adreça als responsables de comerç de les administracions locals, tant si són de l'àmbit tècnic com si són càrrecs electes.

Inscripcions

El termini d'inscripció finalitza el dia **12 d'abril de 2010**. La inscripció és gratuïta i el nombre de places és limitat. Per a la selecció de les inscripcions es tindran en compte la cobertura territorial (s'afavorirà la participació del màxim nombre d'ajuntaments possible) i el seu ordre de recepció. La formalització de la inscripció es farà per mitjà del formulari que trobareu al web de la Federació: **www.fmc.cat**.

Certificat

Es lliurarà un certificat a qui acrediti l'assistència a un 80% de les hores lectives.

Lloc de realització

Escodi (Escola Superior de Comerç i Distribució)
Edifici del Vapor Universitari
C. Colom, 114
Terrassa

Planificació d'equipaments comercials en un àmbit liberalitzat: plans estratègics de comerç per als municipis

Objectius

L'objectiu del seminari és resituar els alumnes en l'actualitat de l'entorn de la planificació comercial a Catalunya, a partir de l'àmbit normatiu que marca la recent entrada en vigor de la normativa estatal i autonòmica, resultant de la transposició de la directiva Bolkestein, i d'acord amb la realitat actual de l'entorn de la competència del sector del comerç i els plans d'expansió de les cadenes i grans empreses de distribució. En acabar el seminari, els participants hauran obtingut una visió de l'àmbit d'actuació que tindran els municipis en l'entorn actual, per poder influir en el seu desenvolupament comercial, i s'hauran familiaritzat amb allò que ha de ser un pla estratègic i en quins errors no s'han de fer a l'hora de dur-lo a terme.

Programa

1. Introducció: la planificació estratègica com a oportunitat per als municipis.

2. El nou entorn competitiu del sector del comerç:

2.1. Canvis principals que introdueix la nova normativa en la capacitat de planificar els equipaments comercials en l'àmbit local i autonòmic.

2.2. Repàs a l'entorn actual de la competència en el sector del comerç.

La necessitat de creixement com a estratègia competitiva per a les empreses de comerç.

Les tendències principals en les polítiques d'expansió de les empreses de comerç: velocitat dels plans de creixement, formats, ubicacions, etc.

3. Àmbit efectiu d'actuació municipal per a l'establiment d'estratègies de desenvolupament comercial.

4. Pla estratègic de comerç per a un municipi:

4.1. Definicions: visió, missió, valors, objectius i horitzó temporal.

4.2. Procediment: fases principals que ha de tenir un pla estratègic i "productes" que se n'han d'obtenir.

4.3. La participació dels diferents agents. Com fer un procés participatiu, professional i efectiu.

4.4. Metodologies per ajudar a definir la visió del que pot arribar a ser comercialment el municipi: diferenciar la diagnosi actual dels objectius que es volen assolir.

4.5. Errors freqüents de les administracions a l'hora de redactar plans estratègics.

5. Comentari de casos, debat final i conclusions.

Docents

Ricardo Rustarazo. Consultor i soci de Retail & Trade Marketing, consultoria especialitzada en distribució i màrqueting al detall i en l'anàlisi de la geografia comercial urbana i l'evolució de l'oferta comercial de les ciutats.

Organitza

Federació de Municipis de Catalunya

Col·labora

Escola Superior de Comerç i Distribució

