

Unitat 1. L'EMPRESA

Respon a les qüestions plantejades.

1. Posa exemples d'aspectes de l'entorn general que puguin influir en una empresa destinada a la fabricació de cotxes.
2. Explica quan els costos socials són positius i quan són negatius.
3. En què consisteix l'ètica als negocis?
4. Explica què entens per responsabilitat social corporativa. En aquest sentit com poden actuar les empreses

Cal respondre el següent test.

1> La funció de l'empresa dins del sistema econòmic és:

- a) Consumir.
- b) Retribuir el consum de productes.
- c) Aportar els factors de producció.
- d) Subministrar béns i serveis.

2> L'objectiu bàsic de l'empresa és:

- a) Maximitzar els beneficis.
- b) Maximitzar els beneficis, minimitzant costos.
- c) Enriquir-se sigui com sigui.
- d) Crear llocs de treball.

3> Digues quina d'aquestes àrees funcionals pròpiament dita no trobaries a una bugaderia:

- a) Recursos Humans.
- b) Comercial.
- c) Finançament i Inversió.
- d) Producció.

4> Un canvi legal, com per exemple el nombre d'hores que ha de treballar una persona a la setmana, afecta:

- a) L'entorn específic de l'empresa.
- b) L'entorn general de l'empresa.

- c) No té per què afectar l'empresa.
- d) Tant el general com l'específic.

5> L'empresa té una responsabilitat social en temes com:

- a) Medi ambient.
- b) Relacions laborals internes.
- c) Relacions tant amb els seus clients com amb els seus proveïdors.
- d) Amb tots aquests aspectes.

Unitat 2. CLASSES D'EMPRESES

Respon a les qüestions plantejades.

1. Explica què és una empresa individual.
2. Què vol dir responsabilitat il·limitada de l'empresari?
3. Enumera tres diferències i tres similituds entre les societats anònimes i les de responsabilitat limitada.
4. Defineix el concepte de societat d'interès social. Posa un exemple d'aquest tipus d'empresa.
5. Segons la darrera modificació de la llei de societats limitades, quina és la xifra del capital mínim necessari per constituir aquesta forma jurídica.

Cal respondre el següent test.

1> Quina d'aquestes afirmacions sobre l'empresari individual és falsa?

- a) Ha de ser major d'edat.
- b) Ha de tenir plena disponibilitat dels seus béns.
- c) La raó social pot ser qualsevol nom.
- d) Per constituir aquest tipus d'empreses no fa falta capital mínim.

2> Una empresa individual és:

- a) Una associació de dos o més persones amb la intenció de portar un negoci.
- b) Una empresa propietat d'una sola persona que rep tots els guanys i suporta tots els riscos.
- c) Una empresa amb personalitat jurídica pròpia.
- d) Un tipus de societat anònima formada per un únic soci.

3> En el moment de constituir una societat anònima, el capital social escriturat:

- a) No ha d'estar ni subscrit ni desemborsat.
- b) Pot estar parcialment subscrit i parcialment desemborsat.
- c) Ha d'estar totalment subscrit i totalment desemborsat.
- d) Ha d'estar totalment subscrit i pot estar parcialment desemborsat.

4> Una societat de responsabilitat limitada té el seu capital en forma de:

- a) Accions
- b) Participacions.
- c) Tant pot ser acció com participació, s'han de posar d'acord.
- d) Obligacions.

5> Els beneficis que es reparteixen en una societat anònima s'anomenen

- a) Dividend passiu.
- b) Dividend actiu.
- c) Reserves.
- d) Interessos.

6> La societat cooperativa

- a) Únicament la poden formar persones jurídiques.
- b) És una societat d'interès social.
- c) S'ha d'inscriure en el registre mercantil.
- d) Únicament la poden formar persones físiques.

7> La societat Laboral.

- a) Pot ser anònima o limitada.
- b) La responsabilitat és il·limitada.
- c) Tots els treballadors han de ser socis.
- d) No té nombre mínim de socis.

Unitat 3. L'ORGANITZACIÓ DE L'EMPRESA

Respon a les qüestions plantejades.

1. Explica en què consisteixen les teories X i Y que va utilitzar McGregor per a l'estudi de la gestió d'empresa.
2. Explica què és un organigrama.
3. Dibuixa un possible organigrama d'una empresa destinada a la producció de productes lactis.

4. Descriu quines diferències hi ha entre l'escola científica del treball de Taylor i l'escola de relacions humanes d'Elton Mayo. Quina de les dues té més cura dels treballadors.

Cal respondre el següent test.

1> La planificació és un procés que consisteix a:

- a) Definir objectius i posar els mitjans per aconseguir-los.
- b) Definir els mecanismes de coordinació.
- c) Controlar els resultats.
- d) Gestionar el personal.

2> Segons la teoria Y de McGregor els treballadors:

- a) Mai tenen ganes de treballar.
- b) Prefereixen que els manin.
- c) Volen responsabilitats i se senten responsables de la seva feina.
- d) Cap de les anteriors.

3> L'auditoria :

- a) És una tècnica de control de l'empresa.
- b) Serveix per organitzar correctament els recursos de l'empresa.
- c) És una tècnica de gestió de l'empresa.
- d) Ajuda a planificar el objectius.

4> A l'hora d'establir objectius cal tenir en compte:

- a) Que es pugin complir.
- b) Que s'adaptin a les possibilitats de l'entorn.
- c) Davant diferents alternatives s'ha de triar la millor.
- d) Totes són correctes.

5> L'objectiu del taylorisme és:

- a) Treballar molt.
- b) Incrementar la productivitat.
- c) No fer vacances mai.
- d) Cobrar per dia treballat.

6> El creador de l'escola científica del treball va ser:

- a) Taylor.
- b) Fayol.
- c) McGregor.
- d) Mayo.

7> Maslow va crear una teoria sobre:

- a) La direcció d'empresa.
- b) L'organització.
- c) La motivació.
- d) Els salaris.

8> La funció d'organització té com objectiu fonamental:

- a) Marcar els objectius de l'empresa.
- b) Organitzar un comitè d'empresa.
- c) Analitzar els estats comptables de l'empresa.
- d) Fer la divisió i coordinació del treball.

9> La representació gràfica d'un model d'estructura organitzativa és:

- a) Anagrama.
- b) Diagrama de barres.
- c) Organigrama.
- d) Cap de les anteriors.

10> El concepte de staff fa referència a:

- a) Un mecanisme de control.
- b) Un òrgan d'assessorament de l'empresa.
- c) Un tipus de test que es fa als treballadors quan s'incorporen a la feina.
- d) Una manera de dirigir els treballadors.

11> Què és un organigrama?

- a) És la forma de representar gràficament una organització formal.
- b) És la forma de representar el recorregut del producte dins de la fàbrica.
- c) És la manera d'expressar gràficament els objectius de l'empresari.
- d) És la forma de representar gràficament una organització informal.

12> L'estructura basada en el principi de comandament és:

- a) Funcional.
- b) Matricial.
- c) Lineal.
- d) Comitè.

13> L'organització informal és:

- a) Que cadascú faci el que vulgui.
- b) Les relacions personals creades a l'empresa no establertes.
- c) Que els treballadors vagin junts a dinar.
- d) L'organització informal no la té cap empresa.

Unitat 4. LA GESTIÓ DELS RECURSOS HUMANS

Respon a les qüestions plantejades.

1. Argumenta per què l'element humà és tant important en l'empresa.
2. Explica què entens per gestió del coneixement
3. Explica què és un *currículum Vitae*.
4. Confecciona el teu *currículum Vitae*.

Cal respondre el següent test.

- 1> Quina de les respostes següents no està relacionada amb un comportament emocional desitjable:
 - a) Tractar la gent amb cortesia i educadament.
 - b) Escoltar el que els altres han de dir abans d'expressar el teu punt de vista.
 - c) Posar etiquetes a les persones.
 - d) Utilitzar les idees de la gent per canviar o millorar en la feina.
- 2> Un fet diferenciador de les empreses que es pot convertir en una font d'avantatge competitiu és:
 - a) Els ordinadors que utilitza.
 - b) Els elements de transport que té.
 - c) La capacitat i formació dels seus treballadors.
 - d) Una màquina nova adquirida en el mercat.
- 3> La gestió per competències implica :
 - a) Contractar molts treballadors.
 - b) Reduir personal, per reduir costos.
 - c) Contractar persones amb un currículum molt extens.
 - d) Contractar a persones que es puguin adaptar a la filosofia de l'empresa.
- 4> La formació del personal, per l'empresa és:
 - a) Una despesa no recuperable.
 - b) Una inversió en capital humà.
 - c) Una de les bases del taylorisme.
 - d) Una reducció d'impostos.
- 5> La formació online o e-learning:
 - a) Redueix costos.

- b) Redueix temps.
- c) És còmoda.
- d) Totes són correctes.

6> Una funció del departament de recursos humans és:

- a) Buscar el destí de les vacances dels seus treballadors.
- b) Orientar-los sobre l'habitatge que han de comprar.
- c) Preocupar-se de la formació del personal.
- d) Cap de les anteriors.

7> La llei d'Igualtat efectiva d'homes i dones té com a objectiu

- a) Que tinguin el mateix salari si fan la mateixa feina.
- b) Que tinguin igualtat d'oportunitats en el treball.
- c) Que tinguin igualtat de condicions en el treball.
- d) Totes les anteriors són correctes.

8> Existeixen altres col·lectius que també tinguin necessitat d'igualtat d'oportunitats en el treball?

- a) No, només passa amb la dona en el treball.
- b) Sí, també les persones amb discapacitats.
- c) No, tothom té igualtat d'oportunitats en el treball.
- d) Sí, en general totes aquelles persones que se les pot discriminar per raó de sexe, raça, naixement, religió, opinió o qualsevol altra condició o circumstància personal o social.

Unitat 5. LA PRODUCCIÓ I ELS COSTOS DE L'EMPRESA

EXERCICIS

1. Una empresa que fabrica ordinadors es planteja si li interessa fabricar o comprar la placa base de l'ordinador. Al mercat, la placa es pot comprar per 70 €, i si la fabrica la mateixa empresa, els costos fixos serien de 150 000 € i el cost variable unitari, de 35 €. Si l'empresa fabrica 8 000 ordinadors anualment, què ha de fer, fabricar la placa base o comprar-la?
2. L'empresa Bossanova, dedicada a la fabricació de bosses, va fabricar i vendre l'any passat 20 000 bosses. Els seus ingressos van pujar a 360 000 €. Els costos fixos de l'exercici van ser el 15 % dels ingressos totals i els costos variables el 60 % d'aquests ingressos.
 - a) Calcula el seu punt mort.
 - b) Calcula l'ingrés total per vendes quan ha arribat al punt mort.

3. Una empresa es planteja produir aquest any 130 000 unitats de producte a un preu de 40 €/u. El cost fix de producció és de 25 000 € i el cost variable unitari de 8 €.

- a) Quin és el benefici que espera obtenir l'empresa?
- b) A partir de quina quantitat de producció i venda començarà a obtenir beneficis?

4. Una empresa té la següent estructura de costos totals:

- ✓ Matèries primeres: 5 € per unitat de producte.
- ✓ Comissions per vendes: 0,5 € per unitat de producte.
- ✓ Quota variable de subministraments i serveis: 1,5 € per unitat.
- ✓ Lloguer de l'establiment: 8 000 €.
- ✓ Retribució fixa dels empleats: 5 000 €.

Sabent que el preu de mercat del producte és de 25 € la unitat. Es demana:

- a) Nombre mínim d'unitats que hauria de vendre per obtenir beneficis.
- b) Nombre d'unitats que hauria de vendre aquest mes si vol obtenir un benefici de 3.000€.
- c) Benefici obtingut amb la venda de 1.500 unitats.

5. Una empresa va instal·lar un total de 5.000 finestres en un any amb quatre operàries. Cadascuna va treballar 42 setmanes l'any i cada setmana va fer 40 hores de treball.

- a) Calcula la productivitat del treball.
- b) Una de les treballadores s'ha jubilat i l'empresa vol mantenir la mateixa producció de finestres anuals sense contractar a ningú més augmentant la productivitat del treball un 20 %. Quantes hores de treball extra ha de fer cada operaria? Expressa el resultat en hores.

6. Dels processos de producció següents, n'hi ha algun que sigui tècnicament ineficient si amb els tres s'arriba a la mateixa producció? Justifica la resposta

Procés	A	B	C
Factor capital	16	18	16
Factor treball	18	16	20

7. D'entre els processos anteriors tècnicament eficients, tria el que sigui més eficient econòmicament, tenint en compte que el cost del capital és de 38 €/unitat de capital i el cost del treball és 42 €/unitat de treball.
8. L'empresa A1 té la següent estructura de costos mensuals: retribució fixa a la plantilla, 2.000 €; matèries primeres, 7 € per unitat produïda; llum, 3 € per unitat produïda; altres costos variables, 1 €; amortització de la maquinària, 500 €; publicitat i altres despeses, 200 €.

L'empresa A2 manté la següent estructura de costos mensuals: retribució fixa als empleats, 1.800 €, retribució variable, 3 € per unitat produïda; matèries primeres, 8 € per unitat produïda; despeses financeres, 400 €; amortització, 1.000 €.

A1 va vendre 1.500 unitats amb uns beneficis mensuals de 2.500 € i l'empresa A2 va vendre el seu producte a 20 € amb el mateix benefici mensual, calcula:

- Determinar el preu de venda de les unitats venudes per l'empresa A1.
- Calcular el nombre d'unitats venudes per l'empresa A2.
- Calcular la productivitat de la mà d'obra en totes dues empreses, tenint en compte que totes dues empreses compten amb tres treballadors a temps complet 8 hores diàries, 20 dies al mes.
- Assenyalar quina és la productivitat global de totes dues empreses.

UNITAT 7. L'APROVISIONAMENT I LES EXISTÈNCIES

EXERCICIS

- Una empresa utilitza anualment 60.000 Kgs d'una matèria primera per a la producció. El cost aproximat de gestionar una comanda és de 400 € i el cost anual d'emmagatzematge és de 3 €/Kg. **Calcula el volum de la comanda òptima, el número de comandes, la cadència òptima entre comandes i el cost total de gestió d'inventaris** si el preu d'adquisició és de 2,75 €/kg i l'estoc de seguretat és 750 Kg.

2. Explica BREUMENT que signifiquen els següents conceptes, estoc màxim, estoc de seguretat, punt de comanda, i la cadència òptima.
3. El Fuster, S.L. és una empresa que s'encarrega de la comercialització de sòls de fusta (parquet).
 - ✓ El dia 23 de febrer disposava en el seu magatzem de 600 m² de parquet de fusta de faig valorats, segons el preu d'adquisició, a 12 €/m².
 - ✓ El dia 3 de març del mateix any va adquirir a un proveïdor 300 m² més, a un preu d'11,50€/m²,
 - ✓ El 5 de març, 500 m² més a un preu de compra unitari de 13 €/ m².
 - ✓ El dia 1 d'abril va vendre a un constructor 1.000 m².

Confecciona la fitxa de magatzem segons el mètode PMP i el FIFO

4. L'empresa Subministraments Industrials, S.L. comercialitza oli lubricant L5L-3216T. El dia 31 de març tenia en el magatzem 200 unitats de producte que havia adquirit en un sol lot a 10€/unitat. Al llarg del mes d'abril es produeixen les següents operacions respecte a l'esmentat producte:
 - ✓ Dia 4: venda de 100 unitats.
 - ✓ Dia 7: compra de 30 unitats a 12€
 - ✓ Dia 10: venda de 130 unitats.
 - ✓ Dia 11: compra de 30 unitats a 12€
 - ✓ Dia 16: compra de 200 unitats a 9€
 - ✓ Dia 19: venda de 210 unitats.
 - ✓ Dia 26: compra de 200 unitats a 9,20€

Cal fer la fitxa de magatzem pels mètodes: PMP i FIFO.

UNITAT 8. LA COMERCIALIZACIÓ DEL PRODUCTE. ANÀLISI DE MERCAT

Respon a les qüestions plantejades

1. Quins creus que són els principals beneficiats quan es produeix un increment de la competència? Per què?
2. Raona el valor que tindrà la quota de mercat en una empresa monopolista.
3. Enumera els avantatges i inconvenients de fer una enquesta per correu electrònic.

4. Quin és el segment de mercat per a un vídeo de dibuixos animats i per a un perfum femení de cost elevat.
5. Diferencia els conceptes demanda d'empresa i demanda potencial.
6. Calcula la quota de mercat d'una empresa X que ven 5.800 unitats de producte en el mateix període que les vendes totals que s'elaboren en el mercat d'aquest producte són 16.850 unitats.
7. Fes un esquema que representi les diferents tècniques de recollida d'informació per fer un estudi de mercat.
8. Explica com afecta l'entorn econòmic en una empresa que vol llençar un producte nou al mercat.

UNITAT 9. EL MÀRQUETING TRADICIONAL I EL MÀRQUETING DIGITAL

Respon a les qüestions plantejades

1. En quin sentit es pot afirmar que la finalitat del màrqueting és aconseguir un benefici per al consumidor i per a l'empresa?
2. Digues tres productes que siguin de primera necessitat i tres que siguin de consum durador.
3. Per què les empreses protegeixen la seva marca o el seu logotip?
4. Per què l'envàs pot ajudar a augmentar les vendes del producte?
5. Una empresa té uns costos totals unitaris de 150 € per a un determinat producte. Calcula'n el preu de venda si vol obtenir el 35% de benefici.
6. Raona la importància d'observar els preus de la competència abans de fixar el preu definitiu d'un producte.
7. Posa dos exemples d'anuncis publicitaris que t'hagin cridat l'atenció per la seva originalitat i explica per què. Creus que amb aquestes campanyes publicitàries l'empresa ha aconseguit els objectius previstos?

8. Explica dues polítiques promocionals que t'hagin ajudat a decidir la compra d'algun producte.
9. Quina política promocional s'està aplicant quan una empresa patrocina un concert?
10. Digues quins són els millors llocs per situar un producte en un supermercat si l'objectiu és incrementar-ne les vendes.
11. Descriu les fases del cicle de vida d'un producte i dibuixa'n la funció de vendes.
12. Quines accions creus que ha de fer una empresa que té un producte a punt d'arribar a la fase final del cicle de vida (declinació)?
13. Busca informació sobre el neuomàrqueting i explica breument què significa i quines eines utilitza.

UNITAT 10. POSICIONAMENT I PLA DE MÀRQUETING

Respon a les qüestions plantejades

1. Argumenta la importància del posicionament d'un producte en el mercat.
2. Com valors el fet que en una campanya publicitària d'un producte et diguin que els experts el recomanen?
3. Ferrero, una marca de bombons, opta per la retirada del mercat durant els mesos d'estiu dels seus productes "estrella": Ferrero Rocher i Mon Cheri. Tant en el moment de la retirada com en el de la reincorporació d'aquests productes en el punt de venda aprofita per fer campanyes publicitàries. Quin posicionament pretén aquesta marca amb aquest fet?
4. Imagina't que ets l'encarregat de definir el millor posicionament per al teu producte: es tracta d'un iogurt baix en calories i amb bífids. Quin creus que seria el segment de mercat més adequat per al teu producte?
5. Explica les diferències fonamentals entre objectius, estratègies i pla d'acció que apareixen en el pla de màrqueting i posa un exemple.
6. En l'elaboració d'un pla d'empresa, quin paper té l'anàlisi DAFO?
7. Al mercat es poden trobar motxilles per menys de 20 €.

- a) Per quins motius creus que molts joves utilitzen, per exemple, motxilles de la marca Eastpak, que tenen un preu significativament superior? Creus que és pel seu posicionament de motxilla dura i resistent, o per la identificació de grup?
- b) Què creus que passaria amb les marques més cares si abaixessin els seus preus i els posessin al nivell de la mitjana del mercat?
8. L'empresa de distribució Mercadona fonamenta la seva estratègia en quatre elements: un model operatiu força eficient, una política de "sempre preus baixos" sense utilitzar promocions, un elevat desenvolupament de la marca pròpia (Hacendado) a partir d'acords a llarg termini amb proveïdors i una cartera de productes relativament àmplia. Aquesta empresa ha aconseguit un important creixement en els últims períodes sense utilitzar gaire més publicitat que les bosses que porten els clients quan surten de l'establiment. Quin posicionament creus que ha assolit aquesta empresa en el mercat?
9. Elabora un text en el qual defineixis el teu punt de vista en relació a la influència que tenen les xarxes socials en el posicionament dels productes i serveis que s'ofereixen en el mercat.
10. Realitza l'anàlisi DAFO a partir de la següent informació:
- a) No disposa d'una àmplia gamma de productes ni d'instal·lacions comercials grans perquè té uns recursos financers limitats.
- b) En un futur, es preveu traslladar el negoci a una àrea residencial de nova creació, i això suposarà una barrera d'entrada a nous competidors.
- c) Un dels socis té molta experiència, ja que havia treballat en una altra botiga d'informàtica.
- d) En cas d'una situació de crisi econòmica, l'entorn seria desfavorable, amb efectes sobre la demanda i el finançament.

11. POSICIONAMENT DE LES MARQUES DE SABATILLES

Les marques de sabatilles no només venen un producte per caminar o fer esport: també ens venen un estil de vida, uns valors i una identitat. Quan algú tria Nike, Vans, Adidas o Converse, sovint no ho ha fet per la comoditat o el disseny, sinó perquè aquella marca representa alguna cosa amb la qual se sent identificat.

TASCA

Observa els anuncis corresponents a sabatilles de les diferents marques esmentades en el paràgraf anterior (els enllaços es troben al final):

Després analitza, per a cadascun:

- a) Persones que surten a cada anunci i característiques: edat, estil, activitat que estant fent...
- b) Entorn en el qual es desenvolupa l'anunci.
- c) Elements sonors que hi surten: estil de música..
- d) Valors, emocions que transmet.
- e) Associació de la marca amb una marca assequible o Premium.

ELABORA

A partir del que t'ha transmet cada marca en l'anunci i del coneixement que en tens de cadascuna, prepara un mapa de posicionament de marca analitzant dues variables en cada eix:

- En l'eix de les abscisses (eix x), representa (Esportiu-urbà) segons si la marca et transmet més la seva relació amb la pràctica esportiva o amb la indumentària urbana.
- En l'eix de les ordenades (eix y), representa (Assequible-prèmium) segons si la marca l'associes més amb preus assequibles o elevats.

Justifica la posició de cada marca dins del gràfic.

Enllaços dels anuncis que cal comentar:

Nike: <https://www.youtube.com/watch?v=NljGurzPM2g>

Adidas: <https://www.youtube.com/watch?v=e4qQWgA0NiY>

Converse: <https://www.youtube.com/watch?v=svQwo4oQC-s>

Vans: <https://www.youtube.com/watch?v=QxZzLv2fLGw>