

1. La empresa y su actividad comercial

OBJETIVOS

- Conocer el concepto de empresa y sus objetivos.
- Clasificar las empresas de acuerdo con diferentes criterios.
- Definir la organización de la empresa mediante organigramas.
- Diferenciar las funciones del departamento comercial.
- Clasificar los tipos de mercado y los productos que comercializa la empresa.
- Fijar el precio de venta de un producto.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA1. Calcula precios de venta y compra y descuentos aplicando las normas y usos mercantiles y la legislación fiscal vigente.

Criterios de evaluación:

- a) Se han reconocido las funciones del departamento de ventas o comercial y las del de compras.
- b) Se han reconocido los tipos de mercados, de clientes y de productos o servicios.
- d) Se han identificado los conceptos de precio de compra del producto, gastos, precio de venta, descuentos, interés comercial, recargos y márgenes comerciales.
- e) Se han distinguido los conceptos de comisiones y corretajes.
- g) Se han clasificado los tipos de descuento más habituales.
- h) Se han reconocido y cuantificado los gastos de compra o venta.
- i) Se han identificado los métodos para calcular el precio final de venta y los precios unitarios.

CONTENIDOS

1. La empresa
 - 1.1. Objetivos de la empresa
 - 1.2. Tipos de empresas
2. La organización empresarial
 - 2.1. Funciones del departamento comercial
 - 2.2. Formas de organización del departamento comercial
3. El mercado
4. El sistema de comercialización: el marketing mix
 - 4.1. El producto
 - 4.2. La distribución
 - 4.3. La comunicación
 - 4.4. El precio
5. La fijación del precio
 - 5.1. Elementos del precio
 - 5.2. El coste unitario
 - 5.3. Métodos para determinar el precio a partir de márgenes