Unitat 5 · Màrqueting i comunicació

Resum · Llibre de l'alumnat, pàgs. 73–88

Un **estudi de mercat** recull informació de **fonts primàries** (enquesta, entrevista, observació) i **secundàries** per decidir amb dades, cuidant la **mostra** i evitant els **biaixos**. La **segmentació** divideix el mercat en grups semblants; el **mercat objectiu** és el que decideixes atendre i el **client ideal**, el seu perfil més clar. El **posicionament** situa la teva oferta davant de la competència en un mapa de dos eixos. El **màrqueting mix** combina producte, preu, plaça i promoció; el preu parteix del cost, el **marge comercial** es calcula sobre el preu de venda i l'**IVA** se suma després i es liquida amb Hisenda. Una bona promesa és concreta i comprovable, i l'**embut comercial** mesura quin percentatge de contactes acaba comprant. La publicitat que **cosifica** o fomenta **estereotips** discriminatoris és il·lícita segons la llei general de publicitat. Les **xarxes socials** necessiten objectiu, públic, calendari i **mètriques**, i l'**atenció al client** i el **storytelling** de marca donen coherència a tot el que l'empresa diu. Abans de fixar un preu o una promesa, escriu el càlcul i la condició que la farà complir, i comprova qualsevol xifra d'una resposta automàtica. En la fitxa P5 aplicaràs tot això: una enquesta tabulada, un segment clar, un preu calculat, tres peces de comunicació comprovables i una història de marca que puguis complir.

Estudi de mercat i pla comercial

- Fonts primàries (enquesta, entrevista, observació) i secundàries
- Enquesta: mostra, representativitat i biaixos
- Segmentació i client ideal
- Mapa de posicionament
- Mercat objectiu: a qui serveixes primer i per què

Preu i distribució

- Cost, marge, recàrrec i IVA
- Canals i consum responsable

Promoció i publicitat responsable

- Promesa, pla de mitjans i embut
- Cosificació i estereotips
- Llei general de publicitat

Xarxes i comunicació externa

- Objectiu, calendari i mètriques
- Riscos i propietat intel·lectual

Client i relat

- Atenció al client
- Narrativa de marca

ON S'EXPLICA EN EL LLIBRE

- **5.1** Estudi i pla · 75–77
- **5.2** Preu i canals · 77–78
- **5.3** Promoció · 78–80
- **5.4** Xarxes · 81–82
- **5.5** Client i relat · 82

Material complementari del llibre de l'alumnat. Les persones, empreses i situacions dels casos són fictícies, tret que s'indiqui una altra cosa.