Universitat de Girona
Fundació UdG: Innovació i Formació

Dinamització d'Espais Comercials Urbans

2a Edició
Codi: 191051
Tipologia: Diploma de postgrau
Crèdits: 30.00
Idioma: Català
Data d'inici: 13/03/2020
Data darrera sessió presencial: 23/10/2020
Data de finalització: 23/10/2020

Horari: Aproximadament, un divendres al mes de 9.30 a 14.30 h i de 15.30 a 18.30 h.
Lloc de realització: Parc Científic i Tecnològic de la UdG. Edifici Giroemprèn (Girona)
Places: 25

Preus i descomptes

Preu: 1.150 €

Raons per fer el curs

RAONS PER FER EL CURS

Aquest programa ha de permetre als assistents assolir un ampli coneixement sobre el món del comerç urbà i la seva dinamització, així com de les principals estratègies que afavoreixen el desenvolupament del comerç local i de proximitat.

Dinamitza el teixit comercial urbà i l'economia local de la teva regió!

Presentació

Presentació

En el context actual, el comerç és un dels principals motors del desenvolupament econòmic local. En general, el sector dona feina a un gran nombre de persones i té un gran pes en el PIB català.

Així mateix, la forta competitivitat, el món digital i el canvi en els hàbits de compra fan necessària la realització de programes de formació altament qualificats que contribueixin a la dinamització del teixit comercial urbà i l'economia urbana.

Objectius

- Adquirir els coneixements necessaris per tal de comprendre les estructures comercials actual.
- Conèixer els principals models de gestió del comerç urbà a Catalunya així com d'altres experiències internacionals.
- Conèixer eines de foment associatiu així com d'impuls de la col·laboració publico privada.
- Conèixer les principals magnituds de l'espai urbà i la seva incidència en el desenvolupament dels espais comercials urbans.

Sortides professionals

- Tècnic/a de desenvolupament en comerç i/o mercats d'un municipi
- Direcció de càrrecs de promoció comercial d'un municipi o territori
- Dinamització comercial urbana en entitats i organismes associatius
- Gerència d'espais comercials urbans (APEU).

A qui s' adreça

- Persones que vulguin gestionar àrees de promoció econòmica urbana (APEU)
- A equips tècnics de promoció econòmica, comerç i turisme de qualsevol municipi o territori.
- A càrrecs electes en promoció econòmica, comerç, mercats i/o turisme.
- A agents d'ocupació i desenvolupament local (AODL).
- A persones, en general, que vulguin aprofundir en la dinamització del comerç local.

Requisits d'admisió

Cal tenir titulació universitària. Tot i així, la Direcció del curs també admetrà persones interessades que no tinguin titulació; en aquest cas, obtindran un certificat d'assistència al curs.

Pla d'estudis

Planificació de l'activitat comercial en espais comercials urbans

Es tractaran aspectes vinculats a la definició de polítiques públiques en matèria de dinamització de l'activitat comercial urbana:

- Els orígens i l'evolució de la dinamització de l'activitat comercial urbana
- La dinamització de l'activitat comercial urbana
- Els pilars de la dinamització de l'activitat comercial urbana
- El model de futur: polítiques públiques i planificació de la dinamització de l'activitat comercial urbana.

Col·laboració publicoprivada en espais comercials urbans

Es tractaran els diferents models de col·laboració publicoprivada així com els models de consens i de creació de sinergies amb altres sectors productius de l'economia local:

- Els models de col·laboració publicoprivada en el comerç
- Els BID. Una proposta d'adaptació del model BID (*Business Improvement District*) a la nostra realitat.
- Context internacional dels BID
- Les APEU. Estat actual i futur proper.
- Lideratge i col·laboració publicoprivada

Anàlisi i investigació comercial

S'estudiaran els diferents instruments i eines d'anàlisi i de viabilitat per a la construcció d'un espai comercial urbà:

- La importància i el procés d'anàlisi del comerç urbà
- Les fonts d'investigació secundàries internes i externes
- Les eines d'investigació qualitatives: censos comercials i interpretació de la realitat comercial dels municipis.

Urbanisme comercial i ordenació comercial

Es treballaran les eines de millora de la imatge de l'espai comercial urbà i es tractaran aspectes com els models d'aparcament, la imatge dels carrers o el mobiliari urbà:

- Què és l'espai comercial urbà i l'urbanisme comercial?
- Per què és important gestionar l'espai comercial urbà?
- Els elements d'anàlisi de l'espai comercial urbà: imatge de carrers, l'aparcament, la senyalització comercial...
- Els instruments de regulació i les ordenances municipals
- Les lleis supramunicipals vinculades al comerç

Associacionisme comercial

Es tractaran les eines per conèixer l'estat de situació d'una associació de comerciants així com les línies per diagnosticar-ne la situació i accions de millora possibles:

- La definició de l'associacionisme comercial
- La importància de l'associacionisme comercial
- El model de cicle de vida associatiu
- Passos per a la creació o revisió d'un model associatiu
- Procés de professionalització de l'associacionisme comercial

---

Retail màrqueting

En aquest mòdul es treballaran les diferents eines per construir negocis comercials que siguin molt més atractius per al consumidor:

- El concepte de *retail marketing*
- El procés de desenvolupament comercial del punt de venda
- Com elaborar una diagnosi d'un negoci: Les 16 qüestions clau.

Mercats i motors de dinamització urbana

Es tractarà l'estudi dels mercats i la seva projecció econòmica i comercial. S'analitzaran els diferents models de gestió i les actuacions més eficients per promoure aquest format comercial.

- Els mercats setmanals en el context actual
- Principals sectors comercials en els mercats setmanals
- Passos per a la creació o revisió d'un mercat setmanal
- Model futur i reptes dels mercats setmanals
- Els mercats municipals: models i reptes.
- Les fires de qualitat: els altres motors urbans.

Estratègies de dinamització comercial

Es veuran les estratègies bàsiques per planificar i dissenyar campanyes de màrqueting i de dinamització d'espais comercials urbans:

- Quines són les estratègies bàsiques del màrqueting
- Eines per a una comunicació efectiva
- Tipologies de campanyes comercials
- El màrqueting digital en el disseny de campanyes de dinamització

Treball final de postgrau

El principal objectiu del treball final de postgrau és elaborar un projecte que permeti millorar els coneixements d'un àmbit específic de la dinamització del comerç i l'activitat comercial urbana d'un municipi.

De manera pràctica, amena i promovent el treball en equip, l'alumnat haurà de realitzar un treball final de postgrau en un dels dos camps següents:

- Anàlisi i interpretació d'una temàtica comercial actual
- Reconeixement de bones pràctiques internacionals

Titulació

Diploma de Postgrau en Dinamització d'Espais Comercials Urbans per la Universitat de Girona*

* No inclou la taxa d'expedició del títol de la UdG.

Metodologia

El programa docent està format per un total de 8 mòduls en els quals l'alumnat estudia i desenvolupa les eines i els mecanismes per impulsar el comerç i l'activitat comercial urbana d'un municipi.

Es combinarà la part conceptual amb la realització de diferents casos pràctics que seran avaluats per part de l'equip docent del programa.

El programa també incorporarà tot un seguit d'activitats de treball amb visites a diferents municipis, i la presència, a les classes, de diferents professionals vinculats al sector i representants del sector públic i privat.

Sistema avaluació

Aquest és un programa amb un enfocament molt pràctic. Per aquest motiu, el seu sistema d'avaluació també presenta el mateix enfocament. Els mecanisme utilitzats per a l'avaluació de l'alumnat es treballen a partir dels instruments següents:

– Per saber-ne més: cada mòdul del programa incorpora un apartat que s'anomena "Per saber-ne més". Aquest apartat ofereix articles i lectures molt actualitzades, en alguns casos internacionals, amb què l'alumnat pot ampliar els seus coneixements de la matèria.

– Autoavaluació: cada mòdul, al final de la part d'estudi no presencial, ofereix a l'alumnat una autoavaluació. Aquesta part té per objectiu que l'estudiant pugui valorar els coneixements apresos. L'autoavaluació és molt variada i inclou preguntes de test amb les seves respostes correctes. Interpretació de vídeos i lectures, etc.

– Pràctica final: El principal objectiu del treball final de postgrau és elaborar un projecte que permeti millorar els coneixements d'un àmbit específic de la dinamització del comerç i l'activitat comercial urbana d'un municipi.

De manera pràctica, amena i promovent el treball en equip, l'alumnat haurà de realitzar un treball final de postgrau en un dels dos camps següents: Anàlisi i interpretació d'una temàtica comercial actual, o Reconeixement de bones pràctiques internacionals.

Finançament

Finançament bancari

Els estudiants matriculats poden finançar el pagament de la matrícula en quotes.

La Fundació ha establert convenis amb condicions preferents pels seus alumnes amb les següents entitats:

– Sabadell Consumer
– CaixaBank
– Banc Santander

Quadre docent

Direcció

Oriol Cesena Melich
Director de la consultora Focalizza, empresa dedicada a l'assessorament al comerç (www.focalizza.com). Compagina aquesta tasca amb la docència en diferents universitats catalanes on imparteix classes de distribució comercial minorista. És autor de diversos llibres i publicacions sobre comerç i mercats, entre els quals destaca el Manual de comerç urbà, publicat per l'Associació Catalana de Municipis. Ha treballat per a nombroses institucions catalanes, nacionals i internacionals, i ha dut a terme projectes per a més de 150 municipis i altres organismes públics i privats. És membre de l'Institut of Place Management, centre vinculat a la University of Manchester, que promou el suport a la millora dels espais comercials urbans.

Coordinació

Professorat

Oriol Cesena Melich
Director de la consultora Focalizza, empresa dedicada a l'assessorament al comerç (www.focalizza.com). Compagina aquesta tasca amb la docència en diferents universitats catalanes on imparteix classes de distribució comercial minorista. És autor de diversos llibres i publicacions sobre comerç i mercats, entre els quals destaca el Manual de comerç urbà, publicat per l'Associació Catalana de Municipis. Ha treballat per a nombroses institucions catalanes, nacionals i internacionals, i ha dut a terme projectes per a més de 150 municipis i altres organismes públics i privats. És membre de l'Institut of Place Management, centre vinculat a la University of Manchester, que promou el suport a la millora dels espais comercials urbans.

Borja Martin
Ex-director general de Salvetti & Llombart i consultor independent. És professor associat d'ESADE i col·laborador acadèmic a la Universitat de Barcelona, a EADA i a la Universitat de Girona, on hi ha impartit nombroses classes en els camps del màrqueting i la investigació comercial.

Jaume Portell
Llicenciat en Enginyeria Informàtica per la Universitat Politècnica de Catalunya, i MBA a ESADE. És el CEO i fundador de Beabloo, empresa especialitzada en el desenvolupament d'innovacions tecnològiques a empreses i comerços que volen optimitzar l'impacte de les seves estratègies de màrqueting en espais comercials.

Maria Salinas
Arquitecta i tècnica urbanista. Màster d'Estudis Territorials i Urbanístics. Actualment és la cap de servei de Planificació del Territori de l'Ajuntament de Sant Boi de Llobregat.

Maria Turell
Llicenciada a la Universitat de Girona en Turisme, un sector que coneix des de diversos àmbits laborals. Coordina projectes, des dels pròpiament enfocats a la dinamització comercial, la promoció econòmica i turística, fins a les estratègies urbanes alimentàries. Coordina els projectes de Focalizza, consultora en assessorament i orientació en desenvolupament del món local en els camps del comerç, el turisme i la promoció econòmica. També ha treballat, a la mateixa empresa, com a coordinadora de projectes formatius per al Govern Balear així com per a nombrosos municipis catalans.

Josep Xurigué
Responsable de Dinamització Estratègica de la Fundació Barcelona Comerç. Doctor en Ciència Política (UAB) i professor de Govern Local i Innovació (UOC). Ha estat investigador a l'Institut Universitari Europeu de Florència. S'ha especialitzat en l'estudi de la ciutat i els impactes socioeconòmics de la globalització en el seu desenvolupament. És consultor de comerç de proximitat i mercats municipals. Realitza i ha realitzat treball d'anàlisi i de suport a la dinamització comercial i associativa en diferents ciutats catalanes.

---

*La direcció es reserva el dret de modificar l'equip docent, si fos necessari, per garantir el nivell de qualitat i categoria professional.

Entitats promotores

Fundació Universitat de Girona: Innovació i Formació

Universitat de Girona
Fundació UdG:
Innovació i Formació

Focalizza

FOCALIZZA
Comerç i desenvolupament local

Dinamització d'Espais Comercials Urbans

Inici curs: 13/03/2020

Data darrera sessió presencial: 23/10/2020

Fi curs: 23/10/2020

Data tancament acta avaluació: 30/10/2020

Calendari

Data	Lloc	Inici matí	Fi matí	Inici tarda	Fi tarda
13/3/2020	Parc Científic i Tecnològic de la UdG. Edifici Giroemprèn. Aula 1	09:30	14:30	15:30	18:30
17/4/2020	Parc Científic i Tecnològic de la UdG. Edifici Giroemprèn. Aula 7	09:30	14:30	15:30	18:30
22/5/2020	Parc Científic i Tecnològic de la UdG. Edifici Giroemprèn. Aula 5	09:30	14:30	15:30	18:30
12/6/2020	Parc Científic i Tecnològic de la UdG. Edifici Giroemprèn. Aula 5	09:30	14:30	15:30	18:30
26/6/2020	Parc Científic i Tecnològic de la UdG. Edifici Giroemprèn. Aula 1	09:30	14:30	15:30	18:30
18/9/2020	Pendent de confirmar	09:30	14:30	15:30	18:30
9/10/2020	Pendent de confirmar	09:30	14:30	15:30	18:30
23/10/2020	Pendent de confirmar	09:30	14:30	15:30	18:30