

Categorías: Comercio y marketing

## OBJETIVOS

Describir las estructuras y formas comerciales por el grado de asociación y por el tipo de venta ya sea presencial y/o no presencial.

## CONTENIDOS

1. Estructura del entorno comercial. 2. Fórmulas y formatos comerciales. 3. Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial. Fuentes de información y actualización comercial. 4. Estructura y proceso comercial en la empresa. 5. Posicionamiento e imagen de marca del producto, servicio, y los establecimientos comerciales. 6. Normativa general sobre comercio. 7. Derechos del consumidor.

