

ANÁLISIS DEL MICROENTORNO DEL MARKETING

criteria

Modalidad: curso e-Learning Duración: 11 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Explicar las diferentes dimensiones del microentorno de la empresa y establecer las fuentes de información más adecuadas para su observación, de acuerdo con la orientación estratégica de la empresa y atendiendo a criterios de fiabilidad y rentabilidad.

CONTENIDOS

1. El Mercado. 2. Componentes del microentorno del marketing.

