

Modalidad: curso e-Learning Duración: 10 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Analizar las variables específicas del entorno comercial identificando y delimitando las características propias de un pequeño comercio -local, surtido de productos, precio, perfil de la clientela 1Caracterizar el comercio al por menor, indicando las ventajas y fortalezas del comercio de proximidad tradicional frente a las grandes superficies y otras formas de distribución comercial minorista 3Describir las variables técnicas, comerciales y financieras que afectan a la creación y desarrollo de un pequeño comercio en determinadas zonas, justificando los aspectos críticos que influyen en la factibilidad y sostenibilidad de cada una de ellas.

CONTENIDOS

1. Red de Recursos para Emprendedores del sector comercial.
2. Análisis de oportunidades.
3. Plan Comercial.
4. Tecnologías aplicadas al sector minorista.

