

Marketing

En esta asignatura se aprende a aplicar las herramientas de análisis del mercado y a diseñar las estrategias de marketing más adecuadas para responder a las necesidades de un consumidor cada vez más segmentado

Profesorado

Josep Maria Galí Izquierdo

Programa

1. Comprender al consumidor
2. Consumidor: perspectiva del individuo
3. Consumidor: perspectiva psico - sociologica
4. Consumidor: perspectiva social y valores
5. Globalización y tendencias del comercio y la distribución