

Elaboración, comercialización y puestas en valor de productos autóctonos



Financiado 100%



Organiza



Contenidos

Unidad 1: Introducción. Conceptualización del marketing agrario

Unidad 2: Diferencias entre marketing y ventas

Unidad 3: El comportamiento del consumidor

Unidad 4: Evolución histórica del comercio electrónico

Unidad 5: El comercio electrónico en la industria agroalimentaria

Unidad 6: Riesgos del comercio online y usos

Unidad 7: Tipos de relaciones y cambios en las empresas

Unidad 8: Tecnologías aplicadas al sector agroalimentario

- 8.1. Herramientas y soluciones de gestión.
- 8.2. Gestión comercial y marketing.
- 8.3. Infraestructura tecnológica.
- 8.4. Trazabilidad.
- 8.5. Administración electrónica.
- 8.6. Producción y gestión de almacenes.
- 8.7. Logística.
- 8.8. Toma de decisiones