

Modalidad: Online y Presencial.

Duración

45 HORAS

La oferta comercial: producto y precio

Temario Resumido:

- El producto variable del marketing-mix
- Decisiones de marca
- Desarrollo de nuevos productos
- Producto: envase, embalaje, merchandising
- La gestión de los precios
- Estrategias de precios
- Fijación de precios