**ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIOAMBIENTAL DE UNA MARCA COMERCIAL**

CICLO: **GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES. GRUPO: 1º**

MÓDULO**: INVESTIGACIÓN COMERCIAL. TEMA 2. 1ª EVALUACIÓN**

**Objetivo**. Realización del análisis de cada uno de los factores del microentorno y macroentorno entre ellos el Factor Medio Ambiental, huella de carbono, gestión de residuos, emisiones, normativa legal, certificados de gestión ambiental, certificado de productos, gestión sostenible de recursos y procesos.

**Tipo de actividad:** Desarrollo y búsqueda, consolidación y síntesis. Evaluación.

**Objetivos Específicos:** Analizar el impacto de las principales variables del macroentorno en la actividad comercial de la organización. Analizar las necesidades del consumidor, las fases del proceso de compra del consumidor y criterios y estrategias de segmentación.

**Metodología:** Trabajo individual con la guía del docente

**Recursos y Materiales**: apuntes e internet

**Temporalización**: una sesión

**Evaluación**: Sí