



Programa: SIN DISTANCIAS

Espacio: Economía, Empresa, Turismo

Título: Una tesis doctoral leída en la UNED analiza las estrategias de marketing en las ferias comerciales.

Fecha emisión: 10, 02, 2011

Sinopsis: Ainhoa Rodríguez analiza en su tesis doctoral el sector de las ferias dirigidas al consumidor final en España y su adecuación a los objetivos comerciales de las empresas como parte de su estrategia de marketing. La tesis, leída en el Departamento de Economía de la Empresa y Contabilidad de la UNED en junio de 2010, incluye recomendaciones para una buena gestión por parte de las empresas expositoras de su participación en una feria comercial.

Participantes:

Ainhoa Rodríguez Oromendía, profesora de Economía Financiera de la UNED, autora de la tesis doctoral "*Marketing Ferial. Un análisis de la efectividad de las ferias dirigidas al consumidor final para las empresas expositoras*".