



GLOSARIO

ENTORNO

Conjunto de fuerzas que está alrededor del mercado y la empresa, que afecta a los comportamientos del mercado.

ENTORNO CULTURAL/SOCIAL

Conjunto de normas, valores, creencias y hábitos, compartidos por una determinada sociedad.

DIRECCIÓN

Función que consiste en fijar objetivos y establecer planes, encaminar, ordenar. Coordinar y controlar las actividades de la organización para conseguir los objetivos propuestos.

DECISIÓN EN SITUACIÓN DE INCERTIDUMBRE

Se conocen los acontecimientos posibles, pero se desconoce la probabilidad de ocurrencia de cada uno de ellos.

PROFESIONALIZACIÓN

Acción por la cual una empresa adquiere profesionales (o los incorpora) para mejorar sus resultados y decisiones.

PODER

Lo determinante es el control que ejerce el individuo sobre el grupo.

ORGANIZACIÓN

Disposición de los medios humanos y materiales necesarios para llevar a cabo las estrategias planificadas.

MODELOS GLOBALES

Modelos sobre el comportamiento del consumidor que tratan de explicar todas las fases del proceso de decisión de compra.

GLOBALIZACIÓN DE LOS MERCADOS

Proceso de homogeneización de los mercados de los distintos países, favorecido por los medios de comunicación.