Paraninfo

Políticas de marketing 3.ª edición

Editorial: Paraninfo
Autor: GABRIEL ESCRIBANO RUIZ, JAVIER IGNACIO ALCARAZ CRIADO, QUITERIA CUESTA PICAZO
Clasificación: Ciclos Formativos > Comercio y Marketing
Tamaño: 21 x 27 cm.
Páginas: 430
ISBN 13: 9788413661797
ISBN 10: 841366179X
Precio sin IVA: $ 870.00 Mxn
Precio con IVA: $ 870.00 Mxn
Fecha publicacion: 11/03/2022

Sinopsis

The ones who are crazy enough
to think they can change the world
are the ones who do.
Steve Jobs

Esta obra desarrolla los contenidos del módulo profesional de Políticas de Marketing, de los Ciclos Formativos de grado superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales y en Marketing y Publicidad, pertenecientes a la familia profesional de Comercio y Marketing.

Esta nueva edición de *Políticas de marketing* ha sido actualizada desde una perspectiva eminentemente práctica que permite que el alumnado desarrolle un aprendizaje constructivo. Se ha modificado e innovado en los ejemplos recogidos, actualizado los contenidos a la legislación vigente (y especialmente a la normativa aplicable al marketing) y, se han renovado íntegramente las Unidades 7, 10 y 11.

Para adaptarse a las demandas del profesorado con mayores inquietudes tecnológicas, se ha realizado un esfuerzo recopilador de materiales audiovisuales usados en clase por los autores y adaptados al libro, que pueden ser utilizados tanto en el aula como en casa (*flipped classroom*) a través de la **plataforma edpuzzle.** Estos materiales, que son de uso complementario, ayudarán a cambiar, en determinados momentos de las unidades, las dinámicas de enseñanza-aprendizaje, al permitir que el alumnado profundice y consolide lo aprendido, en un entorno digital que le será más familiar y amigable. Se han elaborado unos videotutoriales,

para el profesorado y el alumnado, que se pueden encontrar en los recursos de la página web del libro en **www.paraninfo.es.**

Políticas de marketing se inicia con un análisis del entorno y la competencia desde un sentido amplio, para ir adentrándose a medida que se avanza con las unidades en un análisis más exhaustivo de las diferentes variables de marketing mix. Finaliza el libro con el plan de marketing, momento en el que se ofrece una visión de conjunto de todo lo aprendido.

Los autores forman parte de un equipo multidisciplinar. **Gabriel Escribano Ruiz,** licenciado en Administración y Dirección de Empresas, y en Ciencias Económicas, es profesor de Enseñanza Secundaria y autor de otros títulos de formación publicados en esta editorial. **Javier Ignacio Alcaraz Criado,** licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales y Máster en Asesoría Fiscal, es profesor de Enseñanza Secundaria en las ramas de Comercio y Marketing y de Administración de Empresas. **Quiteria Cuesta Picazo,** diplomada en Ciencias Empresariales, es profesora de Enseñanza Secundaria en la familia de Comercio y Marketing.

Indice

1. Comercialización; **2.** Mercado, entorno y competencia. Estrategias de marketing; **3.** Demanda. Dinámica de cambio de marcas; **4.** Política de producto; **5.** Política de precio I. Influencia sobre la demanda, los ingresos y los beneficios de la empresa. La elasticidad; **6.** Política de precio II. Métodos y estrategias de fijación de precios; **7.** Política de distribución; **8.** La franquicia; **9.** Contratos de intermediación comercial; **10.** La política de comunicación. La promoción de ventas, las relaciones públicas y la venta personal; **11.** La política de comunicación: la publicidad; **12.** El plan de marketing.

Enlaces web de interés.

Comercial
ZONA CENTRO
Norma Amezola
Tf: 52 1 56 2575 0552
E-MAIL: norma.amezola@paraninfo.mx
ZONA NORTE Y SUR
Nancy Ochoa
TF: 52 1 81 8362 1055
nancy.ochoa@paraninfo.mx
ADMINISTRACIÓN
ADMINISTRACIÓN
Guadalupe Gallegos
ventas@paraninfo.mx
52 5 52 4992 649