Paraninfo

Principios de marketing

Editorial: Paraninfo
Autor: GEOFFREY RANDALL
Clasificación: Universidad > Marketing y Comercio
Tamaño: 17 x 24 cm.
Páginas: 384
ISBN 13: 9788497322348
ISBN 10: 8497322347
Precio sin IVA: $ 720.00 Mxn
Precio con IVA: $ 720.00 Mxn
Fecha publicacion: 01/07/2003

Sinopsis

¿En qué consiste realmente el marketing en el siglo XXI? ¿ ¿Cómo analizar los mercados y la competencia, posicionar nuestra marca y crear un plan de marketing estratégico? ¿Cómo aplicar las técnicas del marketing a los mercados de consumo, industriales, de servicios y de empresa a empresa? Las respuestas a estas preguntas y mucho más se pueden encontrar en Principios del marketing, ahora en su segunda edición. Esta obra concisa ofrece un análisis actualizado y sencillo de leer sobre el marketing en la práctica.

Indice

Gráficos y Tablas en el texto. Prefacio. 1. Introducción. 2. La estrategia del marketing: proporcionar valor al cliente. 3. Comercio electrónico y marketing. 4. Comprender el entorno y los mercados. 5. Entender al cliente y al consumidor. 6. Información en marketing. 7. Segmentación y establecimiento de un objetivo. 8. Diferenciación y posicionamiento. 9. Política de producto y establecimiento de la marca. 10. Desarrollo de un producto nuevo. 11. Fijación de precios. 12. Comunicaciones del marketing. 13. Venta personal. 14. Distribución. 15. Marketing de servicios. 16. Marketing de empresa a empresa. 17. Marketing internacional. 18. Puesta en común: la planificación del marketing.

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