

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: 28,85 Eur

Precio con IVA: 30,00 Eur

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.

Ediciones Paraninfo S.A. Calle José Abascal, 56 (Utopicus). Oficina 217. 28003 Madrid
(España)

Tel. (+34) 914 463 350 Fax

info@paraninfo.es www.paraninfo.es