



Principios y estrategias de marketing /

Rodríguez Ardura, Inmaculada,
ed. lit

UOC,
2012.

Monografía

El mundo del marketing es muy dinámico. Los consumidores están, cada vez, más y mejor informados, son más exigentes en relación con los productos que adquieren, y sus preferencias cambian rápidamente. Los mercados se globalizan y la presión competitiva a la que se hallan sometidas las empresas es intensa. Además, a éstas les resulta imprescindible considerar las implicaciones que se derivan de la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación en... Etc

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMTI2MTMzNzY>

Título: Principios y estrategias de marketing Inma Rodríguez Ardura (coordinadora).

Edición: 1ª ed., 2ª reimp

Editorial: Barcelona UOC 2012.

Descripción física: 460 p. il. 24 cm

Tipo Audiovisual: Management. Marketing. Finanzas-Marketing (General)

Mención de serie: Economía y Empresa UOC 67

Copyright/Depósito Legal: B 49015-2008

ISBN: 84-9788-426-4 978-84-9788-135-7

Materia: Marketing

Autores: Rodríguez Ardura, Inmaculada, ed. lit

Entidades: Universidad Abierta de Cataluña.

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es

