



Marketing digital y comercio electrónico /

Rodríguez Ardura, Inmaculada

Pirmide,
2014

Monografía

El marketing digital es un apasionante campo que se aborda en esta obra con una visión completa y aplicada, con un enfoque directivo y con un marco teórico y numerosos ejemplos (Amazon, eBay, Expedia, Facebook, Google, LinkedIn, entre otros) que muestran cómo aprovechar las oportunidades que ofrecen Internet y las redes sociales para aportar valor a los clientes y conseguir los objetivos de negocio. Pero en el libro no solo se trata sobre la utilización de Internet y los nuevos medios sociales en las esferas publicitarias y de comunicación, sino que también se explica cómo utilizar los medios digitales y las soluciones tecnológicas actuales en la investigación de marketing. Asimismo, presenta estrategias con las que abrir nuevas vías para la innovación, implicar a los consumidores en la propuesta de valor y competir en mejores condiciones. También se enseña cómo desplegar iniciativas de comercio electrónico seguras y adecuadamente integradas en el canal de distribución.

El marketing digital es un apasionante campo que se aborda en esta obra con una visión completa y aplicada, con un enfoque directivo y con un marco teórico y numerosos ejemplos (Amazon, eBay, Expedia, Facebook, Google, LinkedIn, entre otros) que muestran cómo aprovechar las oportunidades que ofrecen Internet y las redes sociales para aportar valor a los clientes y conseguir los objetivos de negocio. Pero en el libro no solo se trata sobre la utilización de Internet y los nuevos medios sociales en las esferas publicitarias y de comunicación, sino que también se explica cómo utilizar los medios digitales y las soluciones tecnológicas actuales en la investigación de marketing. Asimismo, presenta estrategias con las que abrir nuevas vías para la innovación, implicar a los consumidores en la propuesta de valor y competir en mejores condiciones. También se enseña cómo desplegar iniciativas de comercio electrónico seguras y adecuadamente integradas en el canal de distribución.

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMTY3ODczNTk>

Título: Marketing digital y comercio electrónico Inma Rodríguez Ardura

Editorial: Madrid Pirmide 2014

Descripción física: 392 p. 24 cm

Mención de serie: Empresa y gestión

Copyright/Depósito Legal: M 28233-2014

ISBN: 9788436832501

Materia: Marketing Innovaciones tecnológicas Internet Comercio electrónico Gestión de empresas

Baratz Innovación Documental

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