



Marketing, mercado y demanda : Grado de Administración de empresas : compuesto por "Principios de Marketing" 12/e /

Kotler, Philip

Pearson Education,
2013

Monografía

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhemF0ei5yZW4vMTY3ODk1MzI>

Título: Marketing, mercado y demanda Grado de Administración de empresas : compuesto por "Principios de Marketing" 12/e de Philip Kotler y Gary Armstrong ; con la coordinación y aportación de Ángel Fernández Nogales y Natalia Rubio Benito

Edición: 2ª ed

Editorial: Madrid [etc.] Pearson Education 2013

Descripción física: 299 p. il. 27 cm

Nota general: La obra está basada en una recopilación de textos de la 12ª ed. del libro "Principios de marketing" de Philip Kotler y Gary Armstrong

Contenido: Marketing: concepto y evolución -- Marketing en la economía y en la actividad empresarial -- El comportamiento del consumidor -- El comportamiento del cliente organizacional -- Segmentación de mercados -- Análisis del entorno de marketing -- La demanda del mercado -- La investigación de mercados -- Las técnicas de obtención de información en marketing -- Muestreo y análisis de la información en marketing

ISBN: 978-84-8322-446-5

Materia: Marketing- Estudio de casos Consumidores- Conducta- Estudio de casos Marketing- Case studies
Consumer behavior- Case studies

Autores: Armstrong, Gary Fernández Nogales, Ángel Rubio Benito, Natalia

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