



Principios de marketing (12a. ed.).

Kotler, Philip

Pearson Educación,
2012

Electronic books

Monografía

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMjE4NzQ1NDM>

Título: Principios de marketing (12a. ed.).

Edición: 12th ed

Editorial: Distrito Federal Pearson Educación 2012

Descripción física: 1 online resource (881 pages)

Nota general: DEFINICIÓN DEL PROBLEMA Y DE LOS OBJETIVOS (...).

Contenido: PRINCIPIOS DE MARKETING (12A. ED.); PÁGINA LEGAL; RESUMEN DE CONTENIDOS; CONTENIDOS; SOBRE LOS AUTORES; PREFACIO; PARTE 1 DEFINICIÓN DE MARKETING Y DEL PROCESO (...); 1 MARKETING: GESTIÓN DE RELACIONES RENTABLES (...); ¿QUÉ ES MARKETING?; DEFINICIÓN DE MARKETING; EL PROCESO DE MARKETING; COMPRENSIÓN DEL MERCADO Y DE LAS NECESIDADES (...); NECESIDADES, DESEOS Y DEMANDAS DEL CLIENTE; OFERTAS DEL MERCADO: PRODUCTOS, SERVICIOS (...); VALOR PARA EL CLIENTE Y SATISFACCIÓN ; INTERCAMBIOS Y RELACIONES; MERCADOS; DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE MARKETING (...). ELECCIÓN DE LOS CLIENTES A LOS QUE SE VA (...)ELECCIÓN DE UNA PROPUESTA DE VALOR; ORIENTACIONES DE LA DIRECCIÓN DE MARKETING ; PREPARACIÓN DE UN PLAN Y PROGRAMA DE (...); CONSTRUCCIÓN DE RELACIONES CON EL CLIENTE; GESTIÓN DE RELACIONES CON EL CLIENTE; LA NATURALEZA CAMBIANTE DE LAS RELACIONES (...); GESTIÓN DE RELACIONES CON LOS SOCIOS; CAPTURA DE VALOR PARA EL CLIENTE; CREACIÓN DE LA LEALTAD Y CONSERVACIÓN DE (...); AUMENTO DE LA CUOTA DE CLIENTE (SHARE OF (...); CONSTRUCCIÓN DEL CAPITAL CLIENTE (CUSTOMER (...); EL NUEVO HORIZONTE DEL MARKETING; LA NUEVA ERA DIGITAL GLOBALIZACIÓN CRECIENTELA NECESIDAD DE MÁS ÉTICA Y MÁS (...); EL CRECIMIENTO DE MARKETING EN EL SECTOR (...); ASÍ PUES, INTEGRANDO LOS CONCEPTOS (...); CASO EN VÍDEO: DUNKIN' DONUTS; CASO DE ESTUDIO DE UNA EMPRESA: BUILD-A-BEAR: (...); 2 ESTRATEGIA DE LA EMPRESA Y DE MARKETING: (...); PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN TODA LA EMPRESA: (...); DEFINICIÓN DE UNA MISIÓN BASADA EN EL MERCADO; DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS Y LAS METAS (...); DISEÑO DE LA CARTERA DE NEGOCIOS; PLANIFICACIÓN DE

MARKETING: COLABORACIÓN (...); COLABORACIÓN CON DEPARTAMENTOS DE LA (...). COLABORACIÓN CON LOS INTEGRANTES DEL (...) LA ESTRATEGIA DE MARKETING Y EL MARKETING (...); ESTRATEGIA DE MARKETING ORIENTADA AL CLIENTE; DESARROLLO DE UN MARKETING MIX INTEGRADO; GESTIÓN DEL ESFUERZO DE MARKETING; ANÁLISIS DE MARKETING; PLANIFICACIÓN DE MARKETING; EJECUCIÓN DEL PLAN DE MARKETING; ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE MARKETING; CONTROL DE MARKETING; MEDICIÓN Y GESTIÓN DEL RETORNO DE LA INVERSIÓN (...); CASO EN VÍDEO: HARLEY-DAVIDSON; CASO DE ESTUDIO DE UNA EMPRESA: TRAP-EASE (...); PARTE 2 COMPRENSIÓN DEL MERCADO Y DE LOS (...); 3 EL ENTORNO DEL MARKETING EL MICROENTORNO DE LA EMPRESA LA EMPRESA; PROVEEDORES; INTERMEDIARIOS DE MARKETING; CLIENTES; COMPETIDORES; GRUPOS DE INTERÉS; EL MACROENTORNO DE LA EMPRESA ; ENTORNO DEMOGRÁFICO; ENTORNO ECONÓMICO; ENTORNO NATURAL ; ENTORNO TECNOLÓGICO; ENTORNO POLÍTICO; ENTORNO CULTURAL; RESPUESTA AL ENTORNO DEL MARKETING; CASO EN VÍDEO: AMERICAN EXPRESS; CASO DE ESTUDIO DE UNA EMPRESA: PRIUS: (...); 4 GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN DE MARKETING; EVALUACIÓN DE LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN (...); DESARROLLO DE LA INFORMACIÓN DE MARKETING; DATOS INTERNOS; INTELIGENCIA DE MARKETING; INVESTIGACIÓN COMERCIAL

ISBN: 9788483222799 8483222795

Autores: Armstrong, Gary García de Madariaga, Jesús De Jesus Flores Zamora, Javier Moreno López, Yago

Enlace a formato físico adicional: Print version Kotler, Philip. Principios de marketing (12a. ed.). Distrito Federal : Pearson Educación, ©2012 9788483224465

Baratz Innovación Documental

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