



Fundamentos de marketing

/

Gacía Villalobos, Juan Carlos,
coord

CEU Ediciones,
D.L. 2019

Monografía

En este libro se exponen los aspectos claves de la moderna gestión del Marketing en la empresa. En los tiempos actuales, las relaciones de intercambio entre los seres humanos se convierten en la base de los procesos productivos que configuran los procesos empresariales y, en consecuencia, los sistemas económicos. El Marketing se convierte en el garante de esas relaciones de intercambio mediante un conjunto de actuaciones creadoras de valor para el cliente que incluyen desde la detección de sus necesidades a través de la investigación de mercados hasta las que abordan las particularidades de los mismos mediante el marketing relacional. Con una visión integradora, este manual ha contado con especialistas correspondientes a cada campo que han tratado los aspectos fundamentales de la estrategia de Marketing, su entorno decisional y las herramientas que tiene a su alcance para conseguir sus objetivos. Esto hace que sea especialmente útil para estudiantes universitarios y, en general, interesados en esta disciplina empresarial

En este libro se exponen los aspectos claves de la moderna gestión del Marketing en la empresa. En los tiempos actuales, las relaciones de intercambio entre los seres humanos se convierten en la base de los procesos productivos que configuran los procesos empresariales y, en consecuencia, los sistemas económicos. El Marketing se convierte en el garante de esas relaciones de intercambio mediante un conjunto de actuaciones creadoras de valor para el cliente que incluyen desde la detección de sus necesidades a través de la investigación de mercados hasta las que abordan las particularidades de los mismos mediante el marketing relacional. Con una visión integradora, este manual ha contado con especialistas correspondientes a cada campo que han tratado los aspectos fundamentales de la estrategia de Marketing, su entorno decisional y las herramientas que tiene a su alcance para conseguir sus objetivos. Esto hace que sea especialmente útil para estudiantes universitarios y, en general, interesados en esta disciplina empresarial

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMjlxNzYyOTI>

Título: Fundamentos de marketing Juan Carlos García Villalobos (coordinador)

Edición: Nueva ed. rev. y aum

Editorial: Madrid CEU Ediciones D.L. 2019

Descripción física: 289 p. il., gráf. 22 cm

Mención de serie: Textual 1

Bibliografía: Bibliografía

ISBN: 9788417385200

Materia: Marketing

Autores: Gacía Villalobos, Juan Carlos, coord

Punto acceso adicional serie-Título: Textual (CEU ediciones) 1

Baratz Innovación Documental

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