Principios de marketing 12ed [

Kotler, Philip

Pearson,
2008

Cómo crear valor para el cliente y para la empresa empleando tanto las herramientas tradicionales del marketing como las nuevas y entendiendo que la creación de valor no se circunscribe únicamente al departamento de marketing sino que también depende del resto de áreas de la empresa. El prefacio justifica, por un lado, la aparición de una nueva edición, y por otro, comenta las novedades de la misma. A lo largo del libro se abordan cinco grandes temas sobre el valor: 1. Creación de valor para los clientes a fin de capturar, a cambio, valor de ellos. 2. Creación y gestión de marcas fuertes que crean valor. 3. Gestión del rendimiento de marketing para recapturar valor. 4. Aprovechamiento de las nuevas tecnologías de marketing. 5. Marketing de una forma socialmente responsable a nivel mundial

https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzEwMzEzMzA

Título: Principios de marketing 12ed Recurso electronico] Gary Armstrong,Philip Kotler

Edición: 12

Editorial: Pearson 2008

Descripción física: 880 p.

ISBN: 9788483224465 9788483222799

Materia: Economia y Empresa Marketing

Autores: Armstrong, Gary Kotler, Philip