



# **Fundamentos de marketing**

## **Miguel Santesmases Mestre;**

## **María Jesús Merino Sanz;**

## **Joaquín Sánchez Herrera;**

## **Teresa Pintado Blanco**

Merino Sanz, María Jesús  
Sánchez Herrera, Joaquín  
Pintado Blanco, Teresa  
Santesmases Mestre, Miguel

Ediciones Pirámide,  
2018-10-04

Monografía

Esta obra fue el primer libro de marketing en lengua española que se adaptó al Espacio Europeo de Educación Superior. Está escrito teniendo en cuenta las características de los grados oficiales actuales. Aparte de la exposición teórica ilustrada con múltiples ejemplos, cada capítulo se inicia con una situación empresarial, y se incluye un caso final con cuestiones prácticas, términos claves, preguntas de revisión, enlaces de interés en Internet y bibliografía específica. Asimismo, los profesores y estudiantes pueden disponer de material complementario online en el sitio web del libro ([www.miguelsantesmases.com/fm.htm](http://www.miguelsantesmases.com/fm.htm)). En la obra se exponen los fundamentos del marketing, del mercado, del entorno y del comportamiento del consumidor, de la investigación comercial y de los sistemas de información. A continuación, ahonda en los instrumentos del marketing (gestión de productos y servicios, precios, comunicación, ventas, distribución y, finalmente, el plan de marketing), siempre acompañándolos con ejemplos y casos prácticos. También se han incorporado capítulos referentes al marketing de relaciones, gestión del servicio al cliente, nuevas tecnologías de comunicación y técnicas emergentes del marketing. Fundamentos de marketing ofrece un enfoque moderno y adaptado a las nuevas metodologías docentes, que facilitará tanto la enseñanza como el aprendizaje de los principios del marketing

Esta obra fue el primer libro de marketing en lengua española que se adaptó al Espacio Europeo de Educación Superior. Está escrito teniendo en cuenta las características de los grados oficiales actuales. Aparte de la exposición teórica ilustrada con múltiples ejemplos, cada capítulo se inicia con una situación empresarial, y se incluye un caso final con cuestiones prácticas, términos claves, preguntas de revisión, enlaces de interés en Internet y bibliografía específica. Asimismo, los profesores y estudiantes pueden disponer de material complementario online en el sitio web del libro ([www.miguelsantesmases.com/fm.htm](http://www.miguelsantesmases.com/fm.htm)). En la obra se exponen los fundamentos del marketing, del mercado, del entorno y del comportamiento del consumidor, de la investigación comercial y de los sistemas de información. A continuación, ahonda en los instrumentos del marketing (gestión de productos y servicios, precios, comunicación, ventas, distribución y, finalmente, el plan de marketing), siempre acompañándolos con ejemplos y casos prácticos. También se han incorporado capítulos

referentes al marketing de relaciones, gestión del servicio al cliente, nuevas tecnologías de comunicación y técnicas emergentes del marketing. Fundamentos de marketing ofrece un enfoque moderno y adaptado a las nuevas metodologías docentes, que facilitará tanto la enseñanza como el aprendizaje de los principios del marketing

Esta obra fue el primer libro de marketing en lengua española que se adaptó al Espacio Europeo de Educación Superior. Está escrito teniendo en cuenta las características de los grados oficiales actuales. Aparte de la exposición teórica ilustrada con múltiples ejemplos, cada capítulo se inicia con una situación empresarial, y se incluye un caso final con cuestiones prácticas, términos claves, preguntas de revisión, enlaces de interés en Internet y bibliografía específica. Asimismo, los profesores y estudiantes pueden disponer de material complementario online en el sitio web del libro ([www.miguelsantesmases.com/fm.htm](http://www.miguelsantesmases.com/fm.htm)). En la obra se exponen los fundamentos del marketing, del mercado, del entorno y del comportamiento del consumidor, de la investigación comercial y de los sistemas de información. A continuación, ahonda en los instrumentos del marketing (gestión de productos y servicios, precios, comunicación, ventas, distribución y, finalmente, el plan de marketing), siempre acompañándolos con ejemplos y casos prácticos. También se han incorporado capítulos referentes al marketing de relaciones, gestión del servicio al cliente, nuevas tecnologías de comunicación y técnicas emergentes del marketing. Fundamentos de marketing ofrece un enfoque moderno y adaptado a las nuevas metodologías docentes, que facilitará tanto la enseñanza como el aprendizaje de los principios del marketing

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlVGVicmF0aW9uOmVzLmJhemF0ei5yZW4vMzY2MTM3MTk>

---

**Título:** Fundamentos de marketing Miguel Santesmases Mestre;María Jesús Merino Sanz;Joaquín Sánchez Herrera; Teresa Pintado Blanco

**Edición:** 2

**Editorial:** Ediciones Pirámide 2018-10-04

**ISBN:** 9788436840056

**Autores:** Merino Sanz, María Jesús Sánchez Herrera, Joaquín Pintado Blanco, Teresa Santesmases Mestre, Miguel

---

## **Baratz Innovación Documental**

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