



Dirección comercial

/

Esteban Talaya, Águeda,

coord

Lorenzo Romero, Carlota,

coord

Millán Campos, Ángel,

coaut

ESIC,

2013

Monografía

La dirección de las acciones de Marketing de las empresas necesita la orientación del conocimiento de los instrumentos más recientes para adaptarse a las cambiantes condiciones del entorno, donde la utilización de internet, las redes sociales y los dispositivos móviles configura las tendencias presentes y futuras del mercado y sus compradores. Con vocación de presentar de forma clara, práctica y actualizada estos aspectos fundamentales en la toma de decisiones, junto con conceptos relevantes de la estrategia comercial, se ha creado Dirección comercial. Esta obra comprende las acciones de Marketing operativo, que se inicia con el Plan de Marketing como instrumento integrador de las principales decisiones relativas al diseño y gestión de productos y servicios, las estrategias de marcas, la fijación de precios, el sistema de distribución comercial, las empresas mayoristas, minoristas, la distribución física, los instrumentos de comunicación comercial y la organización de vendedores, que son algunos de los principales temas que conforman la Dirección comercial. Dirección comercial es fruto del trabajo de un conjunto de profesores universitarios que, con una dilatada experiencia, han sabido aunar en este libro las bases consensuadas del conocimiento del Marketing junto con el aprendizaje procedente de las mejores prácticas comerciales realizadas por las principales empresas nacionales e internacionales, todo ello adaptado a la realidad de la actuales condiciones de los mercados. Además los lectores tendrán acceso web a un material complementario (vídeos, noticias, informes, gráficos y esquemas, enlaces de interés{u2026}) que por su formato o actualidad no ha sido incluido en el libro

La dirección de las acciones de Marketing de las empresas necesita la orientación del conocimiento de los instrumentos más recientes para adaptarse a las cambiantes condiciones del entorno, donde la utilización de internet, las redes sociales y los dispositivos móviles configura las tendencias presentes y futuras del mercado y sus compradores. Con vocación de presentar de forma clara, práctica y actualizada estos aspectos fundamentales en la toma de decisiones, junto con conceptos relevantes de la estrategia comercial, se ha creado Dirección comercial. Esta obra comprende las acciones de Marketing operativo, que se inicia con el Plan de Marketing como instrumento integrador de las principales decisiones relativas al diseño y gestión de productos y servicios, las estrategias de marcas, la fijación de precios, el sistema de distribución comercial, las empresas mayoristas, minoristas, la distribución física, los instrumentos de comunicación comercial y la organización de vendedores, que son algunos de los principales temas que conforman la Dirección comercial. Dirección comercial es fruto del trabajo de un conjunto de profesores universitarios que, con una dilatada experiencia, han sabido aunar en este libro las bases consensuadas del conocimiento del Marketing junto con el aprendizaje

procedente de las mejores prácticas comerciales realizadas por las principales empresas nacionales e internacionales, todo ello adaptado a la realidad de la actuales condiciones de los mercados. Además los lectores tendrán acceso web a un material complementario (vídeos, noticias, informes, gráficos y esquemas, enlaces de interés{u2026}) que por su formato o actualidad no ha sido incluido en el libro

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vNjYxNzczMg>

Título: Dirección comercial Agueda Esteban Talaya, Carlota Lorenzo Romero (coord.), Ángel Millán Campos... [et. al.]

Editorial: Madrid ESIC 2013

Descripción física: 231 p. il. 24 cm

Copyright/Depósito Legal: M 809-2013

ISBN: 9788473568913

Materia: Marketing Venta Publicidad

Autores: Esteban Talaya, Águeda, coord Lorenzo Romero, Carlota, coord Millán Campos, Ángel, coaut

Baratz Innovación Documental

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