



Estrategia competitiva para las empresas del sector público [

Landa Bercebal, Francisco Javier

Universidad de Sevilla,
1990

Monografía

SE REALIZA UN ANALISIS DE LAS VARIABLES MAS IMPORTANTES DE MARKETING (PRODUCTO, PRECIO, DISTRIBUCION Y COMUNICACION), QUE SE ENTIENDEN SON, EN PRINCIPIO, HIPOTETICAS CAUSAS DE LA CRISIS DEL SECTOR TURISTICO. TRAS EL ANALISIS Y SU COMPARACION CON LAS ACCIONES QUE EMPLEAN, AL RESPECTO, LOS COMPETIDORES DIRECTOS, SE DAN SOLUCIONES BASADAS EN LAS DISTINTAS TESIS EN QUE SE TRANSFORMAN LAS HIPOTESIS INICIALES

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vNzc0NjczMw>

Título: Estrategia competitiva para las empresas del sector público Microforma] Francisco Javier Landa Bercebal ; director, Emilio Pablo Díez de Castro

Editorial: Sevilla Universidad de Sevilla 1990

Descripción física: 10 microfichas (fotogramas) negativo 11x15cm + 1 folleto

Mención de serie: Tesis doctorales en microficha / Universidad de Sevilla 4

Tesis: Tesis-Universidad de Sevilla, Departamento de Organización de Empresas, 1992

ISBN: 8474055946

Materia Entidad: Universidad de Sevilla. Departamento de Organización de Empresas- Tesis y disertaciones académicas- Microfichas

Materia: Microformas- Tesis y disertaciones académicas Turismo- Gestión- Tesis y disertaciones académicas- Microfichas Turismo- Marketing- Tesis y disertaciones académicas- Microfichas

Autores: Díez de Castro, Emilio, dir

Entidades: Universidad de Sevilla ed Universidad de Sevilla. Departamento de Organización de Empresas

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60

- informa@baratz.es