

FUNDAMENTOS DE MARKETING 10ªED 2022



GARCIA, J. CARLOS

SINOPSIS

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. ...



Editorial	CEU EDICIONES
Materia	INVESTIGACION DE MERCADO
Colección	CEU
EAN	9788417385200
Status	Disponible
Páginas	310
Tamaño	150x220x18 mm.
Peso	408
Precio (Imp. inc.)	20,00€
Fecha de lanzamiento	04/03/2022

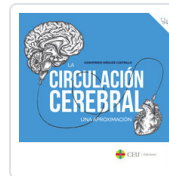
Títulos relacionados



DE LEONES Y HOMBRES. ESTUDIOS SOBRE G. S. LEWIS
AA.VV.



ETA: 50 AÑOS TERRORISMO NACIONALISTA + DICC BREVE TERRORISM
AA.VV.



CIRCULACION CEREBRAL, LA UNA APROXIMACION
DIEGUEZ, GODOFREDO



PROBLEMAS GLOBALES. CINCO SIGLOS DESPUES VUELTA AL MUNDO
AA.VV.