

GESTION EMPRESARIAL DE LA DEMANDA



CERDA, LUIS M.

SINOPSIS

El propósito de este trabajo consiste en ofrecer las herramientas conceptuales e instrumentales básicas en los procesos de generación de la demanda de productos o servicios de una organización, que capaciten para la gestión de las relaciones con los clientes: desde los sistemas de información previa de marketing, hasta las actividades de venta y post-venta. En este texto se describen los instrumentos y las técnicas relativas al diseño, la implementación y el control de la gestión de la demanda en el ámbito de una organización. En particular, se analiza: 1) el impacto transformados sobre los procesos empresariales de las tecnologías y comunicación (TICs); 2) las interrelaciones de los procesos de gestión de la demanda con otros sistemas y departamentos de la empresa; y 3) las competencias organizativas que facilitan la gestión de los flujos de información y de entrega de valor a los clientes. Este trabajo, dirigido principalmente a los estudiantes de los nuevos grados y de postgrado de Administración de Empresas, resulta también de utilidad para los alumnos de Ingeniería, Ciencias de la Documentación y, en general, para diferentes colectivos de personas interesadas en un planteamiento diferente e innovador sobre la gestión empresarial - Profesores, profesionales, directivos de empresa, etc. ...



Editorial	ECOBOOK
Materia	<Genérica>
Colección	ECOBOOK
EAN	9788496877535
Status	Disponible
Encuadernación	Tapa dura
Páginas	220
Tamaño	17x24x1 mm.
Peso	388
Precio (Imp. inc.)	18,50€
Fecha de lanzamiento	05/10/2012

Títulos relacionados



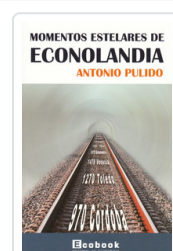
TREINTA INMENSAS FORTUNAS
BERUMEN, SERGIO



MUJERES ECONOMISTAS
PERDICES, LUIS



UN ENFOQUE MULTIPLE ECONOMIA ESPAÑOLA
VELARDE, JUAN



MOMENTOS ESTELARES DE ECONOLANDIA
PULIDO, ANTONIO