Aplicaciones de marketing

Un enfoque desde casos mexicanos



Autores

César Amador Díaz Pelayo, Judith Cavazos Arroyo

Sinopsis

Un acercamiento a la disciplina de la mercadotecnia a través de las experiencias, aciertos y fracasos, así como el desarrollo e implementación de estrategias de diferentes organizaciones mexicanas insertadas en ámbitos y sectores que atienden a diferentes segmentos de mercados. En esta obra se podrán identificar aspectos, decisiones y actividades que generan y entregan valor al consumidor, así como elementos del entorno que benefician o desafían a una organización durante o después de la toma de decisiones en materia de mercadeo, repercutiendo con ello en la posición competitiva y la interacción con agentes y aspectos del entorno.



Sobre el autor

César Amador Díaz Pelayo

Licenciado y maestro en Administración por la Universidad de Guadalajara (UdeG) y doctor en Dirección y Mercadotecnia por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP).

Impreso

Año de publicación: 2012

Presentación: Libro no cosido / encuadernación arráfica (Tapa blanda o Bolsillo)

Tamaño: 22.8 x 16.5 x 1.1 cm

Número absoluto de páginas: 144 Páginas

ISBN13: 9786074506327

$150 MXN

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

Se ha desempeñado como consultor en mercadotecnia y ocupado diversos cargos administrativos, y cuenta por cuarta ocasión con perfil Promep. Actualmente es profesor titular A en el Centro Universitario de la Costa Sur (CUCosta Sur) de la UdeG a nivel pregrado y posgrado, donde imparte las asignaturas de Mercadotecnia y Administración de la mercadotecnia; presidente de Academia de Mercadotecnia y Negocios Internacionales; integrante de la Red de Investigación entre la Escuela Superior de Publicidad y Mercadotecnia (ESPM) de Sao Paulo, Brasil, y el CU-Costa Sur en la línea de investigación de comportamiento del consumidor; integrante del cuerpo académico Diseño y Comunicación UDG-CA-543; coordinador de Servicios Académicos en el CUCosta Sur; columnista de la Revista Contacto de Unión Empresarial por segundo año consecutivo; y ponente a nivel nacional e internacional en los temas de mercadotecnia digital y comportamiento del consumidor. Ha publicado diversos artículos en revistas nacionales e internacionales. Es autor de los libros Aplicaciones de marketing. Un enfoques desde casos mexicanos y Mercadotecnia digital y publicidad on line, y coautor de tres ediciones sobre seguimiento de egresados, entre otros.



Judith Cavazos Arroyo

Licenciada en Administración de Empresas, maestra en Administración y doctora en Mercadotecnia. Ha sido ponente en diversos eventos académicos a nivel nacional e internacional. Actualmente es profesora en la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP); colaboradora de la Red de Investigación entre la Escuela Superior de Publicidad y Mercadotecnia (ESPM) de Sao Paulo, Brasil, y el CUCosta Sur en la línea de investigación de comportamiento del consumidor; y catedrática invitada en universidades mexicanas y extranjeras. Es autora de diversas publicaciones en comercio electrónico y móvil a nivel nacional e internacional. Sus líneas de investigación se centran principalmente en cultura de consumo y comercialización electrónica.

E-Book

Año de publicación: 2012

Presentación: PDF (Digital (suministrado electrónicamente))

Tamaño: 1.8 Megabytes (MB)

Número absoluto de páginas: 144 Páginas

ISBN13: 9786074506310

$0 MXN

Palabras clave

Mercadotecnia; Ciencias de la comunicación

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen