Gerencia de Marketing

Autores

Mario Giraldo Oliveros, David Juliao Esparragoza

Sinopsis

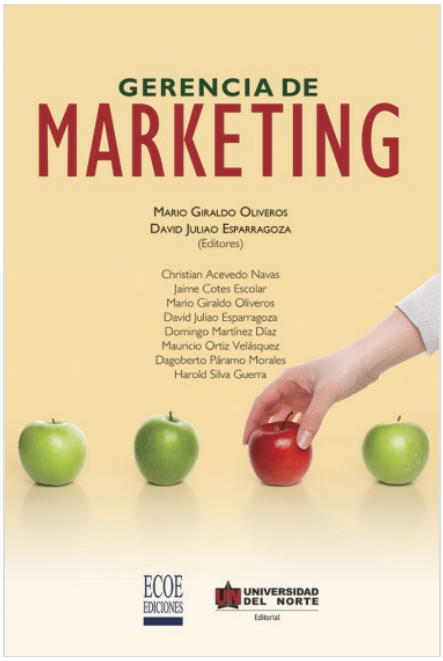
Esta obra estudia todos los aspectos relacionados con la gerencia de marketing, consta de diez capítulos y está dividido en tres partes. La primera se centra en los aspectos estratégicos del marketing; la segunda analiza los aspectos tácticos y la mezcla de mercadeo; y la tercera presenta las perspectivas de la administración del marketing estratégico que las empresas deben tener en cuenta para lograr resultados exitosos en diversos contextos globales, digitales y culturales. Cada capítulo contiene casos y formula preguntas que facilitarán a los interesados en el tema la comprensión y aplicación de los contenidos.



Sobre el autor

Mario Giraldo Oliveros

Doctor en Administración, University of Surrey (Reino Unido).



Escanea para ver en línea

Impreso

Año de publicación: 2016

Presentación: Tapa blanda o Bolsillo

Tamaño: 24 x 16 cm

Número de páginas del contenido principal: 325 Páginas

ISBN13: 9789587416978

$50.000 COP

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

Magíster en Mercadeo, EGADE Business School (México) y especialista en Psicología Económica y del Consumo, Universidad del Norte (Colombia), con pregrado en Administración de Empresas, Universidad Externado de Colombia. Es consultor e investigador en las áreas de servicio, prácticas sociales y comportamiento del consumidor.



David Juliao Esparragoza

Magíster en Administración de Empresas, Universidad del Norte. Especialista en Mercadeo, Universidad del Norte. Economista, Universidad del Atlántico. Se ha desempeñado como director del Departamento de Mercadeo y Negocios Internacionales de la Universidad del Norte; coordinador de servicios de apoyo al emprendedor en el Centro de Emprendimiento de la misma institución y como consultor en temas de mercado y modelo de negocios para empresas privadas y gubernamentales. Perfil de investigación relacionado con el modelo de casos empresariales e investigaciones en mercadeo aplicado.

E-Book

Año de publicación: 2016

Presentación: PDF (Digital: descarga y online)

Tamaño: 5.93 Megabytes (MB)

Número de páginas orientativo de un producto digital: 325 Páginas

ISBN13: 9789587416985

$35.000 COP

E-Book

Año de publicación: 2016

Presentación: EPUB (Digital: descarga y online)

Tamaño: 7.51 Megabytes (MB)

Número de páginas orientativo de un producto digital: 325 Páginas

ISBN13: 9789587416992

$35.000 COP

Palabras clave

Marketing-estudio de casos; Administración de ventas-estudio de casos; Planificación del marketing estudio de casos

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

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