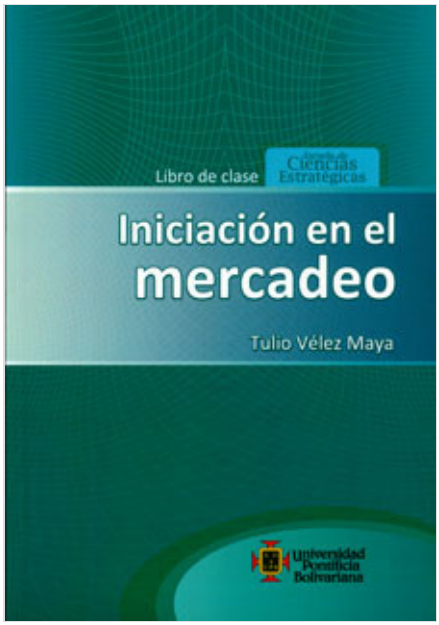
Iniciación en el mercadeo

Autor

Tulio Vélez Maya



Sinopsis

El presente documento tiene el alcance de unas 'Notas de clase', o, simplemente, unos apuntes para orientar y dirigir la iniciación en el estudio de los fundamentos de mercadeo, para unos estudiantes de nivel de pregrado. Está concebido y probado para ser desarrollado en un semestre académico de 60 horas de clase. No tiene ejemplos, ni fotos, ni casos, ni aplicaciones prácticas (salvo un taller en el tema de precio), porque pretende ser un elemento de uso común para el profesor y los alumnos, pero dejando al profesor la iniciativa de ilustrar y enriquecer esta teoría con sus propias experiencias, conocimientos y material. Acumulados en su vida profesional y proponiendo al alumno temas de consulta y estudio personal. Cada elemento conceptual o práctico debe ser material de exposición magistral del profesor, o material propuesto para investigación de los alumnos. Sin embargo, hacemos énfasis en algunos temas que consideramos poco estudiados en los manuales clásicos de mercadeo, tales como los servicios tratados como productos, las ideas, igualmente tratadas como productos, profundización en el importantísimo Capítulo de los productos industriales, una visión organizada del asunto de logística, así como un resumen estructurado de la P4, comunicación comercial.

Impreso

Año de publicación: 2011

Presentación: Libro

Tamaño: 24 x 17 cm

Número absoluto de páginas: 96 Páginas

ISBN13: 9789586969864

$30.000 COP

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

No tiene ejemplos, ni fotos, ni casos, ni aplicaciones prácticas (salvo un taller en el tema de precio), porque pretende ser un elemento de uso común para el profesor y los alumnos, pero dejando al profesor la iniciativa de ilustrar y enriquecer esta teoría con sus propias experiencias, conocimientos y material. Acumulados en su vida profesional y proponiendo al alumno temas de consulta y estudio personal. Cada elemento conceptual o práctico debe ser material de exposición magistral del profesor, o material propuesto para investigación de los alumnos. Sin embargo, hacemos énfasis en algunos temas que consideramos poco estudiados en los manuales clásicos de mercadeo, tales como los servicios tratados como productos, las ideas, igualmente tratadas como productos, profundización en el importantísimo Capítulo de los productos industriales, una visión organizada del asunto de logística, así como un resumen estructurado de la P4, comunicación comercial.Sin embargo, hacemos énfasis en algunos temas que consideramos poco estudiados en los manuales clásicos de mercadeo, tales como los servicios tratados como productos, las ideas, igualmente tratadas como productos, profundización en el importantísimo Capítulo de los productos industriales, una visión organizada del asunto de logística, así como un resumen estructurado de la P4, comunicación comercial.



Sobre el autor

Tulio Vélez Maya

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