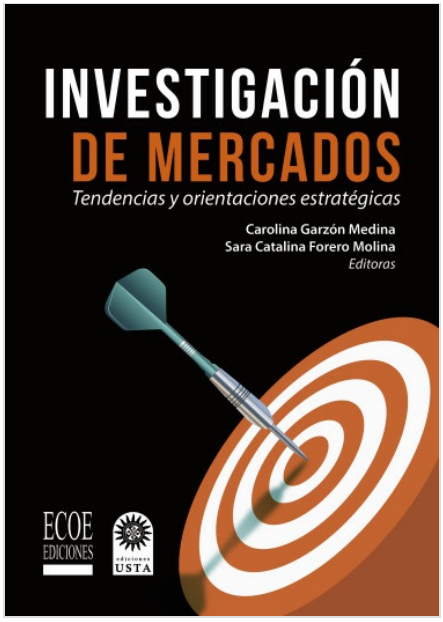
Investigación de mercados

Tendencias y orientaciones estratégicas



Autor

Fabio Sanabria Araya

Sinopsis

La investigación de mercados para el marketing es una herramienta poderosa para la toma de decisiones en las organizaciones. En su evolución ha estado permeada por múltiples disciplinas desde las ciencias administrativas hasta las ciencias sociales, lo que la ha dotado de un conjunto de saberes, técnicas, modelos de análisis y metodologías, con base en las problemáticas propias del escenario de consumo y de mercados del siglo XXI. En la primera sección se abordan las bases históricas, epistemológicas, metodológicas y éticas que han dado sentido y reconocimiento a la investigación de mercados. La segunda sección profundiza en las recientes tendencias de investigación de mercados, asociadas con el neuromarketing y el coolhunting, las cuales están dando la pauta para perfilar y comprender mejor a los consumidores. La tercera se enfoca en las orientaciones estratégicas, sustentadas desde la inteligencia de mercados y la investigación estratégica en los ámbitos local e internacional. Dirigido a estudiantes y profesionales de las áreas de mercadeo, administración de empresas, publicidad y afines.

FS

Sobre el autor

Fabio Sanabria Araya

Impreso

Año de publicación: 2019

Presentación: Tapa blanda o Bolsillo

Tamaño: 24 x 17 cm

Número absoluto de páginas: 242 Páginas

Número de páginas previas al contenido principal: 14 Páginas

Número de páginas del contenido principal: 223 Páginas

Número de páginas posteriores al contenido principal: 5 Páginas

ISBN13: 9789587718423

$68.000 COP

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

E-Book

Año de publicación: 2019

Presentación: PDF (Digital: descarga y online)

Número absoluto de páginas: 244 Páginas

ISBN13: 9789587718430

$49.000 COP

IBD

Año de publicación: 2019

Presentación: Tapa blanda o Bolsillo

Tamaño: 24 x 17 cm

Número de páginas del contenido principal: 242 Páginas

ISBN13: 9789587718423



Palabras clave

Mercadeo - investigaciones; Análisis de mercadeo

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