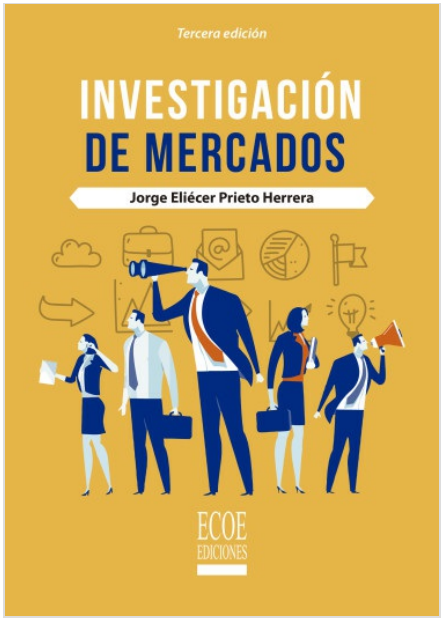
Investigación de mercados

Autor

Jorge Eliécer Prieto Herrera

Sinopsis

Este libro recopila, organiza, argumenta e interpreta una serie de conceptos, datos y experiencias sobre la Investigación de Mercados, teniendo en cuenta todos los actores del proceso de intercambio de productos y servicios que una compañía ofrece en un espacio físico o virtual con el fin de satisfacer las necesidades de clientes y consumidores. La obra presenta una introducción precisa y amplia sobre la Investigación de Mercados, tras lo cual, orienta con casos prácticos cómo ejecutarla facilitando varios modelos de cuestionarios para la obtención de la información. En esta nueva edición, además, se profundiza en las megatendencias del marketing con énfasis en las nuevas tecnologías de la información y comunicación. Por su contenido temático y aplicación práctica va dirigido a estudiantes, docentes, empresarios, emprendedores, investigadores, gerentes, profesionales de administración, mercadeo y demás personas dedicadas a esta actividad estratégica dentro de las empresas.



Impreso

Año de publicación: 2022

Presentación: Libro de tacto blando (Libro)

Tamaño: 24 x 17 cm

Número de páginas del contenido principal: 219 Páginas

Número de páginas previas al contenido principal: 20 Páginas

Número absoluto de páginas: 248 Páginas

Número de páginas posteriores al contenido principal: 9 Páginas

ISBN13: 9789585031999

$81.000 COP

JP

Sobre el autor

Jorge Eliécer Prieto Herrera

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

E-Book

Año de publicación: 2022

Presentación: EPUB (Digital: online)

Tamaño: 2023 Megabytes (MB)

Número absoluto de páginas: 248 Páginas

ISBN13: 9789585032002

$73.200 COP

E-Book

Año de publicación: 2022

Presentación: PDF (Digital: online)

Número absoluto de páginas: 248 Páginas

ISBN13: 978

$21 USD

IBD

Año de publicación: 2022

Presentación: Tapa blanda o Bolsillo

Tamaño: 24 x 17 cm

Número absoluto de páginas: 248 Páginas

ISBN13: 9789585031999

$83.840 COP

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



Palabras clave

1. mercadeo - investigaciones
2. análisis de mercadeo

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