Marketing a su alcance.

Teorías y su aplicación en el contexto colombiano

Autor
Gustavo Prettel Vidal



Sinopsis

A través de Marketing a su Alcance, Conceptos y aplicaciones en el contexto colombiano, escrito para profesores, estudiantes de pregrado, se ha tratado de generar una herramienta que haga fácil la transmisión y asimilación del conocimiento acerca de las teorías del marketing. Cada capítulo es ilustrado con situaciones de importantes compañías manufactureras, comerciales y de servicios que operan en Colombia, sin desconocer la enseñanza que han dejado las prácticas en mercados extranjeros a lo largo de los años, en todo lo relacionado con el dinámico mundo del marketing. Para muchos temas se estructuran gráficos, diagramas de proceso y mapas conceptuales que facilitan la asimilación del conocimiento para su posterior aplicación. Los 21 capítulos, con el objeto de complementar el texto para el lector, han sido enriquecidos con los conceptos de otros autores. Toda esta importante información se suma a mis conocimientos y experiencias laborales logradas en 30 años de ejercicio profesional. Este trabajo pretende que el lector encuentre una guía para el manejo de todos los pasos que un estratega debe llevar a cabo para que esta importante área del conocimiento sea una verdadera contribución al crecimiento empresarial.

Impreso

Año de publicación: 2012

Presentación: Libro

Tamaño: 28 x 21.5 cm

Número absoluto de páginas: 320 Páginas

ISBN13: 9789588713205

$60.000 COP

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

Por tal motivo, tanto las teorías tradicionales como los nuevos conceptos de marketing y las nuevas tendencias del mercado son tratados con la profundidad necesaria y dentro del contexto colombiano. Uno de los aspectos innovadores de este texto es el tratamiento que se le da a cada uno de los elementos que forman la mezcla del marketing (producto, precio, comunicación y distribución) como programas estratégicos que posibilitan su implementación.Para muchos temas se estructuran gráficos, diagramas de proceso y mapas conceptuales que facilitan la asimilación del conocimiento para su posterior aplicación. Los 21 capítulos, con el objeto de complementar el texto para el lector, han sido enriquecidos con los conceptos de otros autores. Toda esta importante información se suma a mis conocimientos y experiencias laborales logradas en 30 años de ejercicio profesional. Este trabajo pretende que el lector encuentre una guía para el manejo de todos los pasos que un estratega debe llevar a cabo para que esta importante área del conocimiento sea una verdadera contribución al crecimiento empresarial. Por tal motivo, tanto las teorías tradicionales como los nuevos conceptos de marketing y las nuevas tendencias del mercado son tratados con la profundidad necesaria y dentro del contexto colombiano. Uno de los aspectos innovadores de este texto es el tratamiento que se le da a cada uno de los elementos que forman la mezcla del marketing (producto, precio, comunicación y distribución) como programas estratégicos que posibilitan su implementación.Este trabajo pretende que el lector encuentre una guía para el manejo de todos los pasos que un estratega debe llevar a cabo para que esta importante área del conocimiento sea una verdadera contribución al crecimiento empresarial. Por tal motivo, tanto las teorías tradicionales como los nuevos conceptos de marketing y las nuevas tendencias del mercado son tratados con la profundidad necesaria y dentro del contexto colombiano. Uno de los aspectos innovadores de este texto es el tratamiento que se le da a cada uno de los elementos que forman la mezcla del marketing (producto, precio, comunicación y distribución) como programas estratégicos que posibilitan su implementación.

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



Sobre el autor

Gustavo Prettel Vidal

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