# Marketing como estrategia de emprendimiento

**Autor**

*Alejandro Schnarch Kirberg*

## Sinopsis

Muchas ilusiones y proyectos se han visto malogrados por una equivocada visión de lo que es verdaderamente fundamental al emprender ya que, además de estar motivados y poseer ciertas competencias, se requiere identificar oportunidades y validarlas, definir el negocio y usar el marketing para conocer el mercado y diseñar estrategias adecuadas para Comercializar esas innovaciones. El marketing, en consecuencia, es un instrumento clave que ayuda a orientar, dirigir, facilitar y posibilitar el desarrollo emprendedor exitoso, tanto externo como interno, es decir, a sujetos encargados del desarrollo de nuevos productos e individuos interesados en iniciar sus propias empresas. El libro, que pretende aportar Positiva y constructiva mente a este proceso, en busca de una sociedad más desarrollada, justa y equitativa, está dirigido a personas inquietas, estudiantes, académicos, colegas y organismos que impulsan, financian o investigan estas actividades. El autor, de amplia experiencia en estos temas, ha sido asesor de muchas organizaciones, públicas y privadas, sobre esta problemática, además de haber Publicado diferentes artículos y libros. También ha participado en congresos y seminarios en varios países latinoamericanos y en España.




## IBD

**Año de publicación:** 2016

**Presentación:** Tapa blanda o Bolsillo

**Tamaño:** 24 x 17 cm

**Número de páginas del contenido principal:** 216 Páginas

**ISBN13:** 9789587625080

AS

## Sobre el autor

Alejandro Schnarch Kirberg

## Palabras clave

Marketing como estrategia de emprendimiento; Marketing; Mercadeo; Publicidad; Estrategias de mercado; Mercado; Emprendimiento

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

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