Marketing empresarial, estrategia competitiva

Autor

Sonia Janeth Limas Suárez

Sinopsis

El marketing está conexo a un entorno cambiante que va ofreciendo permanentemente nuevos desafíos a las empresas influyendo en la competitividad; por eso es necesario que éstas conozcan los factores y hechos que influyen en el mercado, de manera tal, que satisfagan las necesidades y deseos de sus clientes de manera eficaz. En las organizaciones, el marketing es fundamental para el éxito empresarial, razón por la cual este texto ha sido diseñado para proporcionar herramientas que le permitan a las organizaciones diseñar, organizar, ejecutar y controlar las actividades de marketing en una organización, logrando a su vez mejorar la competitividad, el texto ha sido diseñado de manera didáctica, presentando al final de cada capítulo, la sección para recordar, resumen, autoevaluación y ejercicio de aplicación, que tiene como objetivo además de recordar y verificar lo captado en su estudio, la aplicación y presentación de propuestas que mejoren el desempeño de las actividades de marketing de las empresas.



IBD

Año de publicación: 2012

Presentación: Tapa blanda o Bolsillo

Tamaño: 24 x 17 cm

Número de páginas del contenido principal: 278 Páginas

ISBN13: 9789587620313

SL

Sobre el autor

Sonia Janeth Limas Suárez

Palabras clave

Marketing empresarial; Dirección como estrategia competitiva; Sonia janneth limas suárez; Marketing empresarial; Libros de marketing; Libros de mercadeo; Mercadeo

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

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