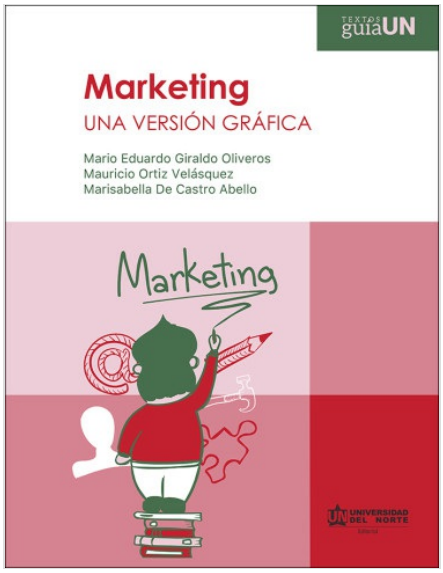
Marketing. Una versión gráfica



Autores

Mario Giraldo Oliveros, Mauricio Ortiz Velásquez, Marisabella De Castro Abello

Sinopsis

Este libro introduce los conceptos, herramientas y estrategias fundacionales utilizados para administrar el proceso de marketing en las empresas desde la escuela del Marketing Management. Esta obra permite, gracias a su concepto gráfico y estilo narrativo, llegar de manera práctica y dinámica a estudiantes de diferentes programas académicos y a quienes estén interesados en conocer los principios del marketing y cómo estos se pueden aplicar en las mipymes y nuevos emprendimientos de bienes y servicios.



Sobre el autor

Mario Giraldo Oliveros

Doctor en Administración, University of Surrey (Reino Unido).

Escanea para ver en línea

E-Book

Año de publicación: 2021

Presentación: Digital: descarga y online

ISBN13: 9789587892451

$25.000 COP

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

Magíster en Mercadeo, EGADE Business School (México) y especialista en Psicología Económica y del Consumo, Universidad del Norte (Colombia), con pregrado en Administración de Empresas, Universidad Externado de Colombia. Es consultor e investigador en las áreas de servicio, prácticas sociales y comportamiento del consumidor.



Mauricio Ortiz Velásquez

Doctor en Ciencias Económicas Administrativas de la UCIM, México. Magíster en Administración de Empresas de la Universidad del Norte, Colombia. Máster en Marketing Internacional de ESMA, España. Administrador de Empresas de la Universidad del Norte, Colombia. Hoy en día se desempeña como Profesor, Investigador y Consultor del Departamento de Mercadeo y Negocios Internacionales de la Escuela de Negocios de la Universidad del Norte, así como Presidente de la Red Colombiana de Profesiones Internacionales (RCPI).



Marisabella De Castro Abello

Doctora en Diseño, University of Hertfordshire (Reino Unido). Magíster en International Retail Marketing, University of Surrey (Reino Unido). Administradora de Empresas, Universidad del Norte (Colombia). Profesora, investigadora y consultora del Departamento de Diseño de la Escuela de Arquitectura, Urbanismo y Diseño de la Universidad del Norte. Es asesora, conferencista y facilitadora de metodologías participativas para la creación de valor a través del diseño de servicios y el fomento a la cultura de innovación en todo tipo de organizaciones. Su experiencia incluye la gerencia y consultoría a empresas en el sector educativo, retail y de servicios en las áreas de marketing y planeación estratégica.

Palabras clave

Marketing; Empresas; Marketing management; Emprendimiento; Bienes; Servicios

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