Prácticas de marketing y estudios en los mercados de consumo

Autores

Lourdes Patricia León López, Ana Cristina Pacheco Navarro

Sinopsis

El marketing está presente en la cotidianeidad del ser humano, inmerso en la vida habitual del individuo al navegar en redes sociales, en las calles, mientras se traslada a su centro de trabajo, en los alimentos que consume y en los lugares que visita. En este sentido, las organizaciones advierten los cambios que presenta el entorno para dar una respuesta mediante la generación de satisfactores acordes a las necesidades y deseos que demandan los mercados de consumo. De esta forma las prácticas contemporáneas de marketing, los mercados de consumo y las propuestas de valor contribuyen al desarrollo de la economía de las empresas, por esto se vuelve relevante analizarlas desde distintas perspectivas. Las prácticas del marketing expuestas en esta obra abordan temáticas diversas que van desde el análisis del marketing de nostalgia, en postres tradicionales en el ámbito local, hasta la identificación de factores en el comercio transfronterizo de alimentos de la región, pasando por estudios de localización de restaurantes, la caracterización de influencers gastronómicos en Sonora y el uso del merchandising en productos con sellos de advertencia. En la presente publicación se abordan diferentes escenarios del consumidor desde la óptica del marketing, en los cuales se observan diversas estrategias que en el transcurrir del tiempo han evolucionado y se han fusionado con enfoques éticos y de sustentabilidad.



Impreso

Año de publicación: 2023

Presentación: Tapa blanda o Bolsillo

Tamaño: 23 x 16.5 cm

Número de páginas del contenido principal: 184 Páginas

ISBN13: 9786075185279

$280 MXN

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

LL

Sobre el autor

Lourdes Patricia León López

AP

Ana Cristina Pacheco Navarro

E-Book

Año de publicación: 2023

Presentación: PDF (Digital: descarga y online)

Tamaño: 3.5 Megabytes (MB)

Número de páginas orientativo de un producto digital: 184 Páginas

ISBN13: 9786075185316



Palabras clave

Gastronomía sonora; Gestión de investigación; Gestión de ventas y marketing

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