Principios de Marketing

Autor

Jorge Enrique Maldonado Pinto

Sinopsis

Ante la sugerencia de varios profesionales para que escribiese un libro sobre Principios de Mercadeo y debido a la necesidad de brindar a los estudiantes universitarios de las asignaturas: fundamentos de mercadeo, gerencia estratégica, desarrollo y consultorio empresarial, planeación estratégica de marketing, marketing y logística internacional y publicidad y ventas, con entusiasmo comencé a hacerlo a fin de entregarles un texto que los orientase. En el primer capítulo se toman definiciones de autores importantes de marketing y se redactan conceptos propios. Se incursiona en el maravilloso mundo del marketing con desarrollo de conceptos como las políticas, planes, objetivos, estrategias, tácticas y técnicas. Se segmentan mercados, se establecen públicos objetivos y se llega hasta el estudio de la calidad, la creatividad e innovación de productos y servicios.



JM

Sobre el autor

Jorge Enrique Maldonado Pinto

IBD

Año de publicación: 2013

Presentación: Tapa blanda o Bolsillo

Tamaño: 24 x 17 cm

Número de páginas del contenido principal: 174 Páginas

ISBN13: 9789587620931

Palabras clave

Principios de marketing; Jorge e. maldonado; Marketing; Mercadeo; Libros de mercadeo