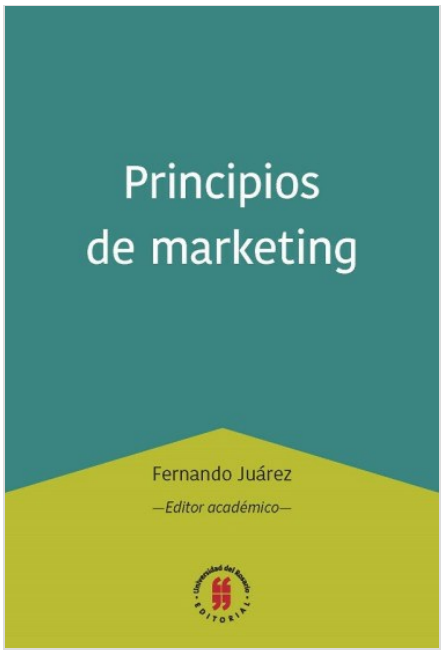
Principios de marketing

Autor

Fernando Juárez Acosta

Sinopsis

Esta obra analiza los principios fundamentales del marketing, es decir, la estrategia, el plan de marketing, la tecnología, el consumidor y el mercado. La forma de tratamiento directa, clara y rigurosa de los temas hace que el libro se pueda leer y comprender con facilidad sin perder la complejidad del área. El texto, dirigido a estudiantes de materias de marketing, aportará una síntesis actualizada e innovadora sobre los pilares del tema. A los académicos y profesionales les permitirá conectar con rapidez las áreas estudiadas. Finalmente, al público en general, la lectura de un texto breve, claro y profundo le abrirá las puertas a un campo con muchas posibilidades. La metodología del libro se basa en la concisión, aplicabilidad y rigor en la presentación del material, e incluye una panorámica estratégica del marketing en la administración, una consolidación de dicha estrategia en el plan, una aplicación en la tecnología digital, una experiencia humana-comunitaria del consumidor con modelos aplicados y un concepto de mercado como comunidad donde la empresa debe estar inmersa con sus modelos de marketing para crear, comunicar y entregar valor.



Escanea para ver en línea

Impreso

Año de publicación: 2018

Presentación: Trade paperback (EE.UU) (Tapa blanda o Bolsillo)

Tamaño: 21 x 14 x 0.8 cm

Número absoluto de páginas: 150 Páginas

ISBN13: 9789587841176

$30.000 COP

FJ

Sobre el autor

Fernando Juárez Acosta

Profesor titular, investigador y director en la Escuela de Administración de la Universidad del Rosario (Bogotá, Colombia). Correo electrónico: fernando.juarez@urosario.edu.co

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

E-Book

Año de publicación: 2018

Presentación: EPUB (Digital (suministrado electrónicamente))

Número absoluto de páginas: 150 Páginas

ISBN13: 9789587841183

E-Book

Año de publicación: 2018

Presentación: PDF (Digital: descarga y online)

Número absoluto de páginas: 150 Páginas

ISBN13: 9789587841190

$9.600 COP



Palabras clave

Marketing; Marketing digital; Administración de mercadeo; Consumidores; Confianza del consumidor; Preferencias de los consumidores.

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