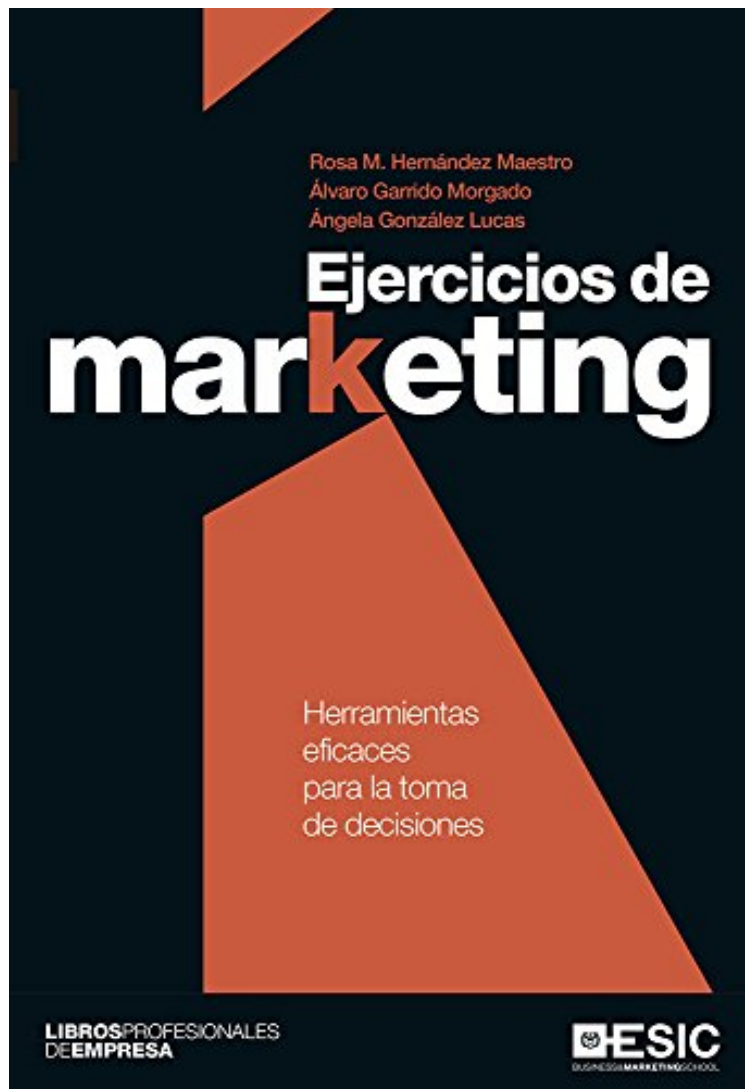


[Mobile library] Ejercicios de marketing. Herramientas eficaces para la toma de decisiones (Libros profesionales) (Spanish Edition)

Ejercicios de marketing. Herramientas eficaces para la toma de decisiones (Libros profesionales) (Spanish Edition)

Rosa M. Hernández Maestro, Álvaro Garrido Morgado, Ángela González Lucas
ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook



#2205644 in eBooks 2016-01-28 2016-09-01 File Name: B01LK18H1Q | File size: 25.Mb

Rosa M. Hernández Maestro, Álvaro Garrido Morgado, Ángela González Lucas : Ejercicios de marketing. Herramientas eficaces para la toma de decisiones (Libros profesionales) (Spanish Edition) before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Ejercicios de marketing. Herramientas eficaces para la toma de decisiones (Libros profesionales) (Spanish Edition):

En el contexto cambiante y competitivo al que se enfrentan las empresas en la actualidad, es creciente la importancia del marketing. Por lo tanto, el conocimiento de herramientas que faciliten la toma de decisiones de marketing es esencial. Este manual ha sido concebido principalmente para que se convierta en un instrumento didáctico y útil para profesores y estudiantes. Destaca por su carácter eminentemente práctico e incluye una amplia recopilación de ejercicios que se resuelven mediante métodos y modelos tradicionales que constituyen herramientas prácticas básicas de cara a la toma de decisiones de marketing. El manual se estructura en cuatro capítulos: Demanda y cuota de mercado, Áreas comerciales, Formación de actitudes y Segmentación de mercados. En cada uno de estos capítulos se definen brevemente los conceptos de interés, así como las herramientas prácticas utilizadas en la resolución de los ejercicios correspondientes. Además, acompañando los capítulos implícitos en dicha resolución y para facilitar su comprensión, se ofrecen paso a paso explicaciones muy detalladas. Los autores son profesores cuya trayectoria docente se circunscribe al Área de Comercialización e Investigación de Mercados del Departamento de Administración y Economía de la Empresa (Universidad de Salamanca).

Índice

Demanda y cuota de mercado.- Áreas comerciales.- Formación de actitudes.- Segmentación de mercados.