Título:

Autor:

Precio: $231.00

Editorial:

Año: 2001

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9789702401117

Un nuevo modelo de negocios altamente competitivo y basado en los nuevos sistemas de información ha surgido. El centro de este tipo de negocios es la creación de un nuevo concepto de mercadotecnia orientado ciento por ciento al consumidor: el cibermarketing o mercadotecnia interactiva. El autor presenta en esta obra los fundamentos del cibermarketing desde una visión latinoamericana. Proporciona un marco de referencia teórica y práctica para que el lector sea capaz de diseñar estrategias mercadológicas de acuerdo con sus necesidades particulares. Dirigido a cualquier persona interesada en aplicar esta nueva herramienta de marketing, en la primera parte se exponen los conceptos fundamentales de marketing e Internet. En la segunda parte se explica qué son y cómo utilizar de la mejor manera las ciberestrategias, el comercio electrónico y la mercadotecnia en línea