Título:

Autor:

Precio: $404.00

Editorial:

Año: 2005

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9788423422937

Este libro proporciona los conocimientos de marketing necesarios para poder comprender la función que la publicidad desarrolla en las organizaciones empresariales.
Su contenido está dividido en tres partes:

La primera está dedicada a situar el concepto del marketing en el contexto general de la economia y de la empresa (desarrollo, entorno, estrategias y sistemas de marketing);

La segunda parte decribe las principales herramientas con las que cuenta el marketing para llevar a cabo sus estrategias (los productos, la distribución, los precios y la comunicación)

La tercera parte, en fin, trata sobre la medición de la eficacia del plan de marketing y, especialmente, de cómo se debe estudiar la rentabilidad fijándonos en el beneficio esperado.