Librería

Bonilla y Asociados

desde 1950

Título:

Autor: Fernandez Valiñas, Ricardo

Precio: $326.00

Editorial:

Año: 2007

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9789701060544

El presente libro es una herramienta práctica y sencilla que permite desarrollar en forma metodológica un plan de mercadeo enfocado a las condiciones específicas y filosóficas y a las formas de operar de las empresas, las cuales se encuentran ya incluidas en la realidad de un mercado globalizado. Para poder realizar un plan de mercadotecnia, el ejecutivo responsable deberá conocer la misión de la empresa y los objetivos de la alta dirección, que será el marco que permitirá desarrollar objetivos y estrategias de mercadotecnia congruentes con la empresa. Posteriormente deberá hacer un análisis profundo del negocio, desde la determinación de su mercado meta hasta a revisión de las variables controlables e incontrolables de la mercadotecnia. Con la información analizada y estructurada de todos esos conceptos se podrá determinar qué oportunidades y amenazas están presentes en el mercado, de manera que sea posible establecer objetivos reales que permitan a la empresa mantenerse a la vanguardia con relación a sus competidores. Los objetivos planteados permiten que el mercadólogo desarrolle estrategias de mercado eficientes, que ayudarán a la empresa a participar con éxito en el mercado. Esta obra explica cómo deberán desarrollarse cada una de estas actividades, por lo que resulta una lectura conveniente para aquellas empresas interesadas en convertirse en negocios rentables y competitivos.