Librería

Bonilla y Asociados

desde 1950

Título:

Autor:

Precio: $420.00

Editorial:

Año: 2007

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9788473564908

Las aportaciones del libro son de gran interés. Proporciona material esencial sobre los Sistemas de Información de Marketing, conocidos como SIM (en el libro se evoluciona del SIM al SIMK), y pretende ser de utilidad principalmente para todos aquellos estudiantes universitarios, profesores y profesionales que desean adquirir una nueva perspectiva de lo que verdaderamente encierran los mismos, y que a su vez les ayude a implantar la cultura de marketing dentro de las empresas. El desarrollo del nuevo Modelo SIMK se ha basado tanto en desarrollos conceptuales como en la investigación de experiencias empresariales exitosas que han servido de referencia, en especial vinculadas al Grupo MCC. En el libro se proporciona un nuevo concepto de SIMK y de los procesos que lo conforman: ¦ Estratégico, Comunicacional ¦ Pedido/Entrega/Cobro ¦ Gestión de Clientes ¦ Gestión de la innovación, y ¦ Gestión de las TIC´s. Todo ello bajo el enfoque de trabajo en equipo y el ciclo PDCA, con el objeto de mejorar la gestión de la información de marketing en una empresa. En el texto se da una explicación detallada de cómo implementar el modelo, paso a paso, proceso por proceso, acompañado de una serie de instrumentos de aplicación para la recopilación de información, la valoración del entorno y la auditoria de marketing (Caja de Herramientas). Adicional a estos apartados, el libro contiene un CD-ROM, EL NUEVO SIMK, aplicación práctica que permite la enseñanza del nuevo modelo en las universidades y la sensibilización e implementación del mismo en las empresas.

Teléfonos: 55 44 73 40 y 55 44 72 91

www.libreriabonilla.com.mx