Título:

Autor:

Precio: $263.00

Editorial:

Año: 2007

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9789708170673

La mercadotecnia nos afecta a todos; como consumidores no podemos evadirnos del mercado. Cualquier cosa es materia de mercadeo: iglesia, política, ciencia, historia, celebridades, carreras, deportes, arte, ficción, hechos. Sin embrago, los consumidores no somos receptores pasivos de lo que hacen los mercadólogos: reinterpretamos los mensajes de marketing, exhibimos sus logotipos, nos presentamos a través de aquello que consumimos y competimos con otros consumidores. Nuestro papel en una cultura mercadotécnica es ser también mercadólogos de medio tiempo. Marketing en grafiti explica la mercadotecnia como la experimentamos los consumidores participantes activos en ella. Cubre la manera en que la mercadotecnia crea soluciones, establece relaciones entre mercadólogos consumidores, otras empresas y la sociedad, construye marcas y modifica el espacio y el tiempo. Al igual que la mercadotecnia, como lector/consumidor, usted puede acceder y activar este libro de cualquier manera que quiera. No es un texto lineal, sino que está organizado en seis secciones principales que puede leer en cualquier orden. Comience donde quiera y siga los vínculos -términos clave, indicadores y referencias cruzadas- a través de los temas sobre los que quiera indagar; adéntrese en el marketing por medio de su grafiti personal.