Librería

Bonilla y Asociados

desde 1950

Título:

Autor:

Precio: $240.00

Editorial:

Año: 2008

Tema:

Edición: 3ª

Sinopsis

ISBN: 9789681866419

Mercadotecnia programada 3a ed es una completa y práctica obra que estudia los aspectos más representativos y estratégicos con el fin de lograr un adecuado y funcional plan de mercadotecnia. Esta nueva edición representa un tratado actualizado y dinámico que atiende las últimas tendencias en el ámbito de la mercadotecnia, presentando opciones y alternativas para orientar la teoría hacia la práctica y alcanzar óptimos resultados. Obra dividida para su estudio en nueve partes temáticas. Identifica primero los antecedentes históricos, determinación de funciones dentro de la empresa y el contexto económico y social, enseguida, muestra el contexto general en el que la mercadotecnia tiene su campo de acción, después, son estudiados los conceptos de mercado, precio, consumidor, distribución, planeación y diseño de productos, investigación de mercados y sus tipos, acompañados de ejemplos y cuadros sinópticos. Posteriormente se analiza el tema de las ventas, la promoción y la publicidad, incluyendo ejemplos y técnicas empleadas en la industria. El estudio y adopción de esta obra permitirá a las empresas lograr sus objetivos de incremento de utilidades, de igual manera permitirá al estudiante de administración, mercadotecnia, comercio exterior obtener las herramientas necesarias para su óptimo desarrollo profesional.

Teléfonos: 55 44 73 40 y 55 44 72 91

www.libreriabonilla.com.mx