Librería

Bonilla y Asociados

desde 1950

Título:

Autor:

Editorial:

Tema:

Sinopsis

Precio: $90.00

Año: 2006

Edición: 1ª

ISBN: 9789682472336

El futuro o la permanencia en el mercado de cualquier empresa radica en sus ventas. Convencido de que, para afianzar, ampliar y dominar mercados, las empresas modernas necesitan hacer un manejo óptimo de sus sistemas de información, en lo que se refiere a proyectos programados de investigación de mercados y sistemas de información comercial, Maurice Eyssautier ofrece las bases metodológicas y de investigación de mercados para que las empresas, al aplicarlas en la planeación estratégica y la toma de decisiones en mercadotecnia, logren ventas exitosas. Con el fin de facilitar el aprendizaje y la aplicación inmediata de esta información en todo tipo de empresas, el autor desarrolla los temas en forma práctica y sencilla, e incluye ejercicios y ejemplos de aplicación, además de resumen, términos clave, cuestionarios y casos prácticos al final de cada capítulo. Investigación de mercados en un texto actual, ilustrativo y enfocado a las necesidades de los mercadólogos, empresarios y estudiantes de la licenciatura en administración de empresas, administración financiera, contaduría pública y sistemas de computación administrativa.