Título:

Autor: **Precio:** $110.00

Editorial: **Año:** 2004

Tema: **Edición:** 1ª

Sinopsis **ISBN:** 9789682450280

La forma de comercialización de servicios siempre ha estado ligada a los factores económicos
predominantes en el mundo.
A raíz de los rápidos cambios tecnológicos, económicos y sociales que se dieron durante

el siglo XX y que se caracterizaron por una intensa competencia, el concepto de marketing adquirió un nuevo significado.
En turismo, el marketing se ha convertido en un importante instrumento tanto para la gestión
de negocios como para el desarrollo de destinos turísticos.
Con una orientación teórico-práctica, Miguel Ángel Acerenza presenta los fundamentos del marketing turístico como una especialidad dentro del marketing de servicios.
La obra se escribió en un lenguaje claro y sencillo, a fin de favorecer el proceso de enseñanza-aprendizaje en las escuelas de turismo, y para contribuir a la labor de aquellas personas que se desenvuelven en el área de marketing de destinos y de servicios turísticos,
tanto en el sector privado como en el ámbito empresarial.