Título:

Autor:

Precio: $440.00

Editorial:

Año: 2009

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9789876150712

A traves de los multiples capitulos que conforman esta obra academica sobre marketing los autores van presentando los conceptos fundamentales y las aplicaciones practicas que constituyen un modelo integral de las tecnicas utilizadas en esta disciplina. Sus autores academicos de la Facultad de Ciencias Economicas de la Universidad de Buenos Aires vierten aqui su experiencia de anos (tanto en las aulas como en los negocios) para la elaboracion de estrategias de marketing exitosas las que han demostrado incidir en la competitividad de los productos. Mediante ejemplos definiciones y estudios de casos el lector no solo podra acceder a un conocimiento en profundidad sobre el desarrollo de los negocios y el marketing sino que podra tambien explorar nuevas modalidades de gestion entrepreneurship marketing publico y politico identidad corporativa estrategias y ventajas competitivas el fin de la era del marketing conocido y el marketing 2.0 competitividad empresaria modelos de armado e implementacton de planes de marketing inteligencia comercial supplychainy category management asi como marketing deportivo y otros temas de gran actualidad. Este libro esta dirigido a los alumnos de carreras de grado y posgrado que necesiten incorporar estos conceptos asi como a todos quienes necesiten comprender la dinamica de los negocios y de los mercados actuales cada vez mas competitivos.