

Librería
Bonilla y Asociados
desde 1950



Título:

Autor:

Precio: \$398.00

Editorial:

Año: 2007

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9789702608523

Con sobrado enfoque profesional, hacia alumnos de cursos especializados en marketing y turismo esta obra es referencia indispensable tanto para entender y asesorar a grandes consorcios y gobiernos con inversiones multimillonarias, como para clientes interesados en pequeños destinos, ya que en todos los casos el éxito dependerá, en gran medida, de las estrategias de marketing que se implementen. La relevancia de este libro se vuelve aún más importante si consideramos que la mayoría de los países de América Latina, y el Caribe dependen del turismo y de la inversión extranjera como una de las principales fuentes de ingreso, y que en muchos casos los países cuentan con bellezas naturales e infraestructura extraordinarios

Prólogo.

Capítulo 1. El desafío de marketing en la nueva América Latina y el Caribe (ALC).

Capítulo 2. Lugares en problemas de ALC.

Capítulo 3. Cómo se venden a sí mismos los lugares.

Capítulo 4. Cómo hacen sus elecciones los compradores de lugares. Conclusiones.

Capítulo 5. La auditoría y el proceso de planeación estratégica.

Capítulo 6. Estrategias para el mejoramiento de lugares.

Capítulo 7. Diseño de la imagen de un lugar. Capítulo 8. Distribución de la imagen y los mensajes de un lugar.

Capítulo 9. Cómo atraer los mercados de los negocios de turismo y hospitalidad.

Capítulo 10. Cómo atraer, retener y expandir los negocios.

Capítulo 11. Cómo expandir las exportaciones y estimular.

Capítulo 12. Cómo organizarse para el cambio. Referencias documentales.

Índice.