Título:

Autor:

Precio: $419.00

Editorial:

Año: 2010

Tema:

Edición: 10ª

Sinopsis

ISBN: 9786074429695

En esta décima edición de Comportamiento del consumidor se pone énfasis en la influencia de los nuevos medios de comunicación y en la habilidad de los mercadólogos para aprender más acerca de las compras de los clientes y con ello poder llegar a los mercados meta con mayor precisión. Asimismo, esta nueva edición se enfoca estratégicamente en el análisis del comportamiento del consumidor y su aplicación a la planeación, el desarrollo y la implementación de estrategias de marketing.

El texto incluye investigaciones, casos y numerosos ejercicios enfocados al pensamiento crítico y a la aplicación del material a situaciones del mundo real.

Se incluye un capítulo sobre la ética y la responsabilidad social del marketing que pone en perspectiva las prácticas socialmente indeseables que las nuevas tecnologías pudieran generar y atiende la urgencia de estrategias de negocios amigables con el medio ambiente.

El texto se actualizó y revisó por completo para que describiera mejor el entorno dinámico del comportamiento de consumo

Mayor énfasis en la aplicación del conocimiento del comportamiento del consumidor en el desarrollo de estrategias de marketing.

Mayor cobertura de las dimensiones globales del comportamiento del consumidor a lo largo del libro.

Muchos de los casos en esta edición son completamente inéditos; ahora se incluyeron dos casos al final de cada capítulo.

Ejercicios revisados enfocados al pensamiento crítico y a la aplicación del material a situaciones del mundo real. Ahora, muchos de estos ejercicios requieren investigación en línea.