Título:

Autor: Fernandez Valiñas, Ricardo

Precio: $228.00

Editorial:

Año: 2009

Tema:

Edición: 3ª

Sinopsis

ISBN: 9789701073421

La segmentación de mercados es la base de la planeación en mercadotecnia. Sólo con la correcta decisión de hacia dónde dirigir los refuerzos de mercadotecnia se tendrá eficacia en las decisiones que se deberán tomar durante la elaboración de los planes estratégicos de la empresa.

Hoy en día esta labor revise gran importancia. Algunos tópicos de vital importancia en la segmentación que se abordan a lo largo de la obra son:

1. Segmentación en mercados industriales
2. El papel de la segmentación de mercados ante la globalización
3. Metodología para medir un mercado y el cálculo de la demanda
4. Segmentación para grupos especiales

Este libro le permite al lector reconocer de manera detallada cada una de las variables necesarias para segmentar un mercado, y muestra además algunas prácticas de esta actividad.