Título:

Autor:

Precio: $292.00

Editorial:

Año: 2012

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9788483564257

La civilización humana puede dividirse en tres oleadas claramente diferenciadas: la era de la agricultura, la era industrial y la era de la información, donde la alta tecnología es clave. Ahora estamos entrando en una cuarta era orientada hacia la creatividad, la cultura y el entorno. El marketing se está moviendo en la misma dirección.Durante los últimos 60 años, el marketing ha pasado de estar centrado en el producto, dando lugar al marketing 1.0. Más tarde, cuando las compañías se percataron de la importancia del cliente, el marketing se inclinó por hacer de esta nueva fuerza el centro de sus estrategias y decisiones, creándose el marketing 2.0. Actualmente, el marketing se ha transformado una vez más en respuesta de la nueva dinámica del mercado, y ahora vemos cómo las empresas amplían su foco de negocio hacia asuntos más humanos, donde la rentabilidad debe estar equilibrada con la responsabilidad corporativa