

Fundamentos De Marketing

This work introduces the thought behind marketing that is actually of the greatest value to the client, and is the driving force behind every marketing strategy. It is the first book that defines marketing with the client as the center piece, and every chapter develops the value of the client in an integral and practical form.

Fundamentos de marketing introduce al lector al fascinante y dinámico mundo del marketing en una forma probada, práctica y atractiva. Esta nueva edición adopta un enfoque práctico de la

Acces PDF Fundamentos De Marketing

administración del marketing, incorporando un sinnúmero de historias y ejemplos detallados de la vida real, que involucran a los estudiantes con conceptos de marketing y hacen que el marketing moderno cobre vida. El enfoque directo de la decimotercera edición consigue un equilibrio efectivo entre profundidad de cobertura y facilidad de aprendizaje. En esta nueva edición se encuentran novedosas herramientas para el aprendizaje que ayudan al estudiante a aprender, relacionar y aplicar los conceptos fundamentales de marketing.

La obra Fundamentos de marketing muestra con claridad cómo las

Acces PDF Fundamentos De Marketing

agencias de marketing pasan del concepto inicial de un producto a la creación de marcas de éxito. A lo largo del libro, Edward Russell ofrece una introducción atractiva y accesible al marketing que se ha estructurado en torno a las cuatro P (producto, precio, promoción y distribución). Incluye también una importante quinta P: las personas.

La edición del milenio

Fundamentos de marketing mix

Los nuevos fundamentos del marketing

- Conocer el concepto básico de Marketing así como sus necesidades.
- Aprender a gestionar el Marketing y su entorno.
- Identificar en

Acces PDF Fundamentos De Marketing

qué consiste el Marketing Mix. • Comprender al público como pilar fundamental del Marketing. • Establecer cómo se comporta el consumidor • Identificar como se divide el mercado • Conocer el producto como elemento del Marketing Mix • Identificar las distintas estrategias para el desarrollo de productos • Reconocer las estrategias de fijación de precios y el posicionamiento del producto • Identificar los diferentes tipos de distribución. • Analizar los métodos de ventas más utilizados. • Conocer la diferencia entre Marketing directo y Marketing digital. • Aprender como conocer el

Acces PDF Fundamentos De Marketing

público al que dirigirse •
Identificar las promociones de ventas y sus características • Saber cómo funcionan las relaciones públicas de las empresas

UD1. Conceptos básicos del marketing

1.1. Introducción

1.2. Marketing y necesidades

1.3. Fundamentos de la gestión orientada al mercado

1.3.1. Finalidad de la estrategia comercial

1.4. Tipos de gestión de marketing

1.5. El entorno de marketing

1.5.1. El macroentorno

1.5.2. El microentorno

1.6. El Marketing Mix

1.7. El marketing y el mercado

1.7.1. Características del mercado

1.7.2. Cambios del

Acces PDF Fundamentos De Marketing

mercado 1.8. El cliente como eje del marketing 1.8.1.
Marketing relacional 1.8.2.
Gestión de clientes 1.8.3.
Cliente y lealtad 1.8.4.
Fidelización del cliente
1.9. Gestión de la información de marketing
1.9.1. Desarrollo de la información de marketing
1.9.2. La investigación comercial UD2.El consumidor y la segmentación de mercados 2.1. El comportamiento del consumidor 2.1.1. El consumidor y sus necesidades 2.1.2. El proceso de decisión de compra 2.2. Segmentando el mercado 2.2.1. ¿Qué es la segmentación? 2.2.2.

Acces PDF Fundamentos De Marketing

Criterios de segmentación de mercados 2.2.3. Tipos de segmentación UD3.Productos, servicios y estrategias de fijación de precios 3.1. El producto como elemento del marketing-mix 3.1.1. Gama y línea y "mix" de productos 3.1.2. Marketing de servicios 3.2. Estrategias de desarrollo de productos 3.2.1. Creación de productos 3.2.2. Modificación de productos 3.2.3. Ciclo de vida del producto 3.2.4. Moda y obsolescencia de los productos 3.3. Precio y fijación de precios. 3.3.1. Factores para fijar los precios. 3.3.2. Estrategias de precios 3.4. Posicionamiento de producto

Acces PDF Fundamentos De Marketing

UD4.Los canales de marketing y la cadena de distribución

4.1.Introducción

4.2.Comportamiento y diseño del canal de distribución

4.2.1. Organización de la

distribución 4.3. Tipos de

canales de distribución 4.4.

Mayoristas y minoristas

4.4.1. Los mayoristas 4.4.1.

Los minoristas 4.5. Métodos de venta en la distribución

comercial 4.5.1. Venta

personal 4.5.2. Venta a

distancia 4.6. Venta

personal, marketing directo

y marketing digital 4.6.1.

Funciones de la fuerza de

ventas 4.6.2. El proceso de

venta personal 4.6.3.

Marketing directo 4.6.4.

Marketing digital

Acces PDF Fundamentos De Marketing

UD5.Estrategia de comunicación integrada, publicidad, promoción y RRPP
5.1. Introducción 5.2. Desarrollo de la comunicación eficaz 5.2.1. El mensaje 5.2.2. El público objetivo 5.2.3. El Canal de comunicación 5.3.Publicidad 5.3.1.La estrategia publicitaria 5.3.2Medios tradicionales 5.3.3.Medios below the line 5.3.4. Presupuesto y control 5.4. Promoción de ventas 5.4.1. Objetivos de la promoción de ventas 5.4.2. Herramientas de la promoción de ventas 5.4.3. Planificación 5.5. Relaciones Públicas 5.5.1. Función de las RRPP 5.5.2. Herramientas de las RRPP

Acces PDF Fundamentos De Marketing

"El manual de Fundamentos de marketing está orientado a que el lector conozca la ciencia y filosofía del marketing y su aplicabilidad empresarial y organizativo. Los conocimientos que en él se exponen son de vital importancia para la formación de cualquier agente dentro del ámbito empresarial, sea cual sea su sector específico y, por tanto, sumamente relevante de cara a su actual o potencial actividad en un mercado laboral que cada vez demanda más especialistas en esta materia. A través de este manual, se pretende que el lector conozca los aspectos fundamentales de la

Acces PDF Fundamentos De Marketing

disciplina del marketing, tales como ser capaz de conocer qué es el marketing desde un punto de vista general, sus últimas orientaciones, qué es una segmentación de mercados, analizar el comportamiento del consumidor, las herramientas de marketing más utilizadas y, en definitiva, las distintas partes que configuran un plan de marketing y su aplicación a la realidad empresarial. Esta idea se traduce en una estructura de contenidos compuesta por tres bloques principales: concepto de marketing, fundamentos básicos y marketing mix. El primer

Acces PDF Fundamentos De Marketing

bloque introduce al alumno en el concepto de marketing haciendo un repaso a los fundamentos de la dirección comercial basándose en su concepción actual y le permite conocer su evolución y el papel que el marketing juega en la economía y en la empresa en nuestros días. El segundo bloque pretende mostrar los principales elementos del marketing dentro de su vertiente analítica. En este sentido se han destacado, principalmente, la importancia de la planificación de marketing, de la determinación de objetivos y de la elección de estrategias de marketing,

Acces PDF Fundamentos De Marketing

así como la relevancia del estudio del mercado y la demanda, y del comportamiento del consumidor. Finalmente, en el tercer bloque se repasan los instrumentos clave que las empresas pueden utilizar con tal de operativizar sus estrategias de marketing desde un enfoque comercial, es decir, con tal de aplicar de manera integrada los conceptos hasta entonces analizados. Concretamente, la comercialización se basará en las llamadas cuatro "Pes{OCLCbr#BB}: producto (product), precio (price), distribución (place) y comunicación (promotion)". -

Acces PDF Fundamentos De Marketing

Introducción.

La finalidad de esta obra es introducir al lector en la disciplina del marketing mediante una metodología adaptada al Espacio Europeo de Educación Superior. Por eso, este manual, además de los conceptos teóricos, incorpora numerosas lecturas y casos prácticos basados en hechos reales que espero ayuden a cambiar la actual dinámica de su enseñanza, preparando a los alumnos para los cambios que se producen en el entorno social y profesional. Confío haberlo logrado con la elaboración de este libro. El alcance de esta obra no debe únicamente limitarse al

Acces PDF Fundamentos De Marketing

ámbito académico. Espero que cualquier persona, empresa u organización que desee conocer los fundamentos del marketing (la influencia del entorno y del mercado, la conducta del consumidor, las herramientas de segmentación de mercados, la estructura de un plan de marketing o la investigación comercial, entre otros aspectos) pueda hacerlo fácilmente y con rigor a través de este sencillo manual.

Principles of Marketing
Dirección de Marketing
conceptos, estrategias y
casos

Primer libro de marketing en lengua española adaptado al Espacio Europeo de Educación Superior, está

Acces PDF Fundamentos De Marketing

escrito teniendo en cuenta las nuevas características de los recientes grados oficiales. Aparte de la exposición teórica ilustrada con múltiples ejemplos, cada capítulo se inicia con una situación empresarial, y se incluye un caso final con cuestiones prácticas, términos clave, preguntas de revisión, enlaces de interés en Internet y bibliografía específica. Asimismo, los profesores y estudiantes pueden disponer de material complementario on line en el sitio web del libro (www.miguelsantasmases.com/fm.htm). Fundamentos de Marketing ofrece un enfoque moderno y adaptado a las nuevas metodologías docentes, que facilitará tanto la enseñanza como el aprendizaje de los principios del

Acces PDF Fundamentos De Marketing

marketing.

Lleva al lector a la esencia de la filosofía del marketing del siglo XXI: comprender al consumidor, cautivar al comprador y conservar al cliente, en entornos altamente competitivos y globales; igualmente, le permitirá poner en práctica toda la fundamentación descrita y estimula a tomar decisiones empresariales orientadas hacia la satisfacción del consumidor o usuario del producto.

¿Sabes qué es el marketing y por qué afecta a todas las esferas de la empresa? ¿Serías capaz de jugar con sus elementos y variables para obtener mayores beneficios tanto para ti como para tus clientes? ¿Sientes que eres una persona preparada para afrontar el

Acces PDF Fundamentos De Marketing

desarrollo de un plan de marketing digital y crear tu propio sitio web corporativo? Si has dudado o has contestado de forma negativa a cualquiera de estas preguntas, no entres en pánico. Este libro te ayudará a definir la estrategia global de tu plan de marketing en Internet. Sus contenidos, recursos didácticos categorizados y actividades prácticas serán tu salvavidas y tus compañeros de batalla para diseñar tu estrategia de marketing online, definir tus objetivos, desarrollar tu estrategia de promoción en Internet y tu página web. Aprenderás a dedicar recursos para crear contenidos de valor y a realizar analítica web. Eso te permitirá estar siempre al día y sacar la máxima rentabilidad de tu

Acces PDF Fundamentos De Marketing

presencia en Internet.

Fundamentos de marketing

Fundamentos de Marketing

An Introduction, Global Edition

El principal objetivo de los autores es que el lector tome conciencia sobre los problemas específicos que hay en todo tipo de servicio al cliente. La manera de exponer los temas permite flexibilidad al profesor para complementar la obra con materiales pro

El libro tiene una orientación práctica, pues está dirigido a mostrar las principales decisiones que deben tomar los directivos para satisfacer a sus mercados en un entorno altamente competitivo. Por tanto, el libro presenta conceptos y aplicaciones claves para profesionales y estudiantes

Acces PDF Fundamentos De Marketing

interesados en la disciplina del marketing. Trata de reproducir el proceso estratégico y operativo del marketing para ofrecer conceptos aplicables a todo tipo de empresas y mercados. La obra realiza un recorrido por:

- Las características del marketing, su aplicabilidad en las empresas y para mostrar los diferentes tipos de entorno que pueden condicionarlo.
- Las decisiones que pueden restringir la función comercial: como segmentar para evaluar y predecir la demanda, y cuáles son las variables que deben conocerse para investigar la conducta de compra de los mercados.
- El plan del marketing como el eje del proceso directivo, ya que se muestra como el puente entre la estrategia y los planes operativos de la mezcla de marketing.
- Y las

Acces PDF Fundamentos De Marketing

políticas sobre producto, precio, distribución y comunicación que deben dirigir las empresas para satisfacer exitosamente a sus mercados. Todos los capítulos siguen la misma estructura para facilitar la comprensión del material presentado en el libro. En las primeras páginas de cada capítulo se ofrecen un índice y los objetivos del tema. Después de una breve lectura introductoria, sigue la exposición del tema y se concluye con un resumen del capítulo, un caso práctico y varias cuestiones a debatir. Asimismo, todos los capítulos están ilustrados con esquemas y ejemplos de la aplicabilidad práctica de los conceptos desarrollados. Así, los directivos pueden encontrar en este libro una guía para sus decisiones estratégicas y operativas. Los

Acces PDF Fundamentos De Marketing

estudiantes pueden disponer de un texto que puede guiarles en su interés de conocer los principales aspectos de la dirección de marketing. Y los profesores pueden usar de forma articulada o aislada cada capítulo para desarrollar seminarios o módulos de diferente duración didáctica. Índice: Parte I: Fundamentos del marketing. 1.- Marketing: conceptos y dimensiones. 2.- Entorno y globalización. Parte II: Función comercial. 3.- Segmentación del mercado. 4.- La demanda. 5.- Comportamiento del consumidor. Parte III: Estrategias de marketing. 7.- Planificación, organización y control de la estrategia de marketing. 8.- El producto: concepto y gestión. 9.- El precio. 10.- La distribución. 11.- La comunicación: la publicidad. 12. La promoción.- Casos

Acces PDF Fundamentos De Marketing

prácticos.- Bibliografía.

Para aprender sobre marketing y gestión de marcas, no necesita leer más complicados y aburridos libros de texto. En este volumen, se resume todo lo que necesita saber sobre la dirección de marketing en 180 páginas, sin sacrificar el contenido importante. La teoría del marketing se aplica en la práctica a través de las medidas de marketing. Pero el marketing es mucho más que vender productos, promocionarlos, construir la distribución y fijar los precios. Todo el proceso de marketing es mucho más extenso. Consiste en el análisis, la planificación, la ejecución y el control de las actividades de la empresa. La gestión de la marca también está integrada en este plan de marketing y consiste en varias decisiones estratégicas y

Acces PDF Fundamentos De Marketing

operacionales. Este libro combina los conocimientos más importantes del Marketing Management, también llamado dirección de mercadotecnia, y la gestión de la marca. En el libro encontrará todo lo que necesita saber sobre los fundamentos del marketing y la gestión de marcas: ▶ El plan de marketing ▶ Las estrategias de marketing ▶ La mezcla de mercadotecnia ▶ El proceso de marca ▶ Las estrategias de marca ▶ El posicionamiento de la marca ▶ Fundamentos de marketing ▶ ¡Y mucho más! Fiel al título: Marketing-Management - Die Grundlagen des Marketing einfach erklärt. El libro contiene: □ Todas las teorías de marketing relevantes explicadas de forma simple y comprensible □ Más de 65 ilustraciones a modo de resumen □

Acces PDF Fundamentos De Marketing

Ejemplos prácticos, consejos y resúmenes --> El libro ya está entre los 10 mejores en marketing en Alemania. Empieza tu marketing ahora.

FUNDAMENTOS DE MARKETING - Vol.1

Fundamentos de marketing de servicios

Introducción al Marketing

Introducción al marketing turístico; El entorno de marketing turístico; La oferta y la demanda turísticas; El proceso de análisis de oportunidades de marketing. La competencia y el consumidor turístico; La investigación comercial en el marketing turístico; Las estrategias de segmentación y posicionamiento en el

Acces PDF Fundamentos De Marketing

mercado turístico; El precio turístico; La distribución. ¿Alguna vez se preguntó qué lo lleva a pagar tres veces más por un producto que tiene las mismas prestaciones que otro que se encuentra a solo veinte centímetros de distancia? ¿Cuánto vale su marca? ¿Conoce realmente qué es lo que motiva a sus clientes? ¿Cuándo fue la última vez que analizó lo que ofrece su competidor? ¿Por qué lo eligen sus clientes? ¿Cuántos segmentos tiene su mercado?, ¿en cuáles debería poner el foco? Estas preguntas, y muchas más, son las que intenta responder la difícil disciplina del

Acces PDF Fundamentos De Marketing

Marketing. Por lo general, la mayoría de las personas asocia al marketing con la publicidad, las relaciones públicas, la prensa, la promoción, los eventos, el diseño gráfico y ahora, en la era digital, con Facebook y Google. Observarán que lo nombrado conlleva una carrera universitaria detrás, y, por ende, no tiene mucha lógica ni sentido asociarlo directamente con la función de marketing. El marketing como tal no es nada de eso por sí solo, más bien es todo eso junto. Su función es valerse de esas disciplinas para cumplir con uno, y solo uno, de sus

Acces PDF Fundamentos De Marketing

objetivos: todo lo relacionado con la comunicación y promoción. El concepto de marketing es mucho más abarcador y complejo que solo promocionar y comunicar. A mí me gusta definirlo como "obsesión por el mercado y, más específicamente, por la necesidad del cliente". En este libro, los invito a conocer a fondo qué es el marketing y cómo pueden hacer de esta disciplina una gran fortaleza y posiblemente el mayor potencial de éxito en su organización. Este primeiro volume foca nos conceitos-chave dos princípios de marketing,

Acces PDF Fundamentos De Marketing

abordando estudos de caso inéditos, exemplos e situações extraídas da pesquisa e da docência dos autores. Fundamentos de marketing abrange os conteúdos ministrados nas disciplinas introdutórias da área, proporcionando ao leitor o entendimento e a aplicação das orientações de marketing.

Marketing

Fundamentos del marketing educativo

COMM025P0 Fundamentos del plan de marketing en Internet

An introduction to marketing concepts, strategies and practices with a balance of

Acces PDF Fundamentos De Marketing

depth of coverage and ease of learning. Principles of Marketing keeps pace with a rapidly changing field, focussing on the ways brands create and capture consumer value. Practical content and linkage are at the heart of this edition. Real local and international examples bring ideas to life and new feature 'linking the concepts' helps students test and consolidate understanding as they go. The latest edition enhances understanding with a unique learning design including revised, integrative concept maps at the start of each chapter, end-of-chapter

Acces PDF Fundamentos De Marketing

features summarising ideas and themes, a mix of mini and major case studies to illuminate concepts, and critical thinking exercises for applying skills.

For undergraduate principles of marketing courses. This ISBN is for the bound textbook, which students can rent through their bookstore. An introduction to marketing using a practical and engaging approach Marketing: An Introduction shows students how customer value -- creating it and capturing it -- drives effective marketing strategies. The 14th Edition reflects the major trends and shifting

Acces PDF Fundamentos De Marketing

forces that impact marketing in this digital age of customer value, engagement, and relationships, leaving students with a richer understanding of basic marketing concepts, strategies, and practices. Through updated company cases, Marketing at Work highlights, and revised end-of-chapter exercises, students are able to apply marketing concepts to real-world company scenarios. This title is also available digitally as a standalone Pearson eText, or via Pearson MyLab Marketing which includes the Pearson eText. These options give students affordable access to

Acces PDF Fundamentos De Marketing

learning materials, so they come to class ready to succeed. Contact your Pearson rep for more information.

Version condensada del exitoso titulo Marketing de Charles W. Lamb, Joseph J. Hair et al.

Presenta lo m s actualizado de esta disciplina en cuanto a conceptos, t rminos y casos reales. Aunque el libro se dirige a cursos introductorios de marketing en rea

Fundamentos de Marketing turístico

Dirección de Marketing.

Fundamentos y aplicaciones

Marketing Management - Los

Fundamentos de Marketing

Fundamentos de

Acces PDF Fundamentos De Marketing

Marketing, 2a edición, es una excitante y exhaustiva introducción a los fundamentos de la teoría y práctica del marketing. Ideal para los que estudian marketing por primera vez, es accesible, se basa en la práctica real y está totalmente actualizado. También está lleno de grandes ejemplos, ¡dotando realmente de vida al marketing! · Casos de estudios galardonados y probados por los alumnos

Acces PDF Fundamentos De Marketing

sustanciales en todo el libro, cada uno con una visión crítica de la práctica de marketing. Muchos han sido galardonados y probados por los alumnos para asegurar que son fáciles de utilizar y divertidos. Las empresas estudiadas incluyen a: Guinness, Online Music, Pret a Manger y Absolut Vodka. · Ejemplos y viñetas dinámicas de marketing Este texto está repleto de ejemplos de marketing divertidos y relevantes. Dentro

Acces PDF Fundamentos De Marketing

encontrará ejemplos de: iPod, trend spotting, Gap, MTV, O2, Burberry, Madonna, Agent Provocateur y Louis Vuitton. Cobertura internacional Con ejemplos de empresas europeas y globales, he aquí el libro de fundamentos de marketing más internacional que existe. Hay ejemplos de marketing en Finlandia, Suecia, Dinamarca, los Países Bajos, Francia, el Reino Unido, Irlanda y Estados Unidos. El manual también tiene una

Acces PDF Fundamentos De Marketing

sección totalmente nueva del efecto de los tipos de cambio sobre las empresas, del crecimiento de las marcas paneuropeas y de la fijación de precios en los mercados internacionales. .

Cobertura nueva y actualizada Hemos añadido una cobertura significativa de las cuestiones más actuales del marketing. Dentro podrá encontrar los siguientes temas totalmente nuevos: .

Nuevo capítulo sobre

Acces PDF Fundamentos De Marketing

marketing de servicios. 2 capítulos ampliados sobre comunicaciones de marketing integradas directas y de masas. Más cobertura del marketing de relaciones. Más cobertura de la creación de marcas. Nueva cobertura del marketing móvil, de las actividades de patrocinio y de la colocación de productos

Fundamentos de marketing
Libro especializado que se ajusta al desarrollo de la cualificación profesional y

Acces PDF Fundamentos De Marketing

adquisición de certificados de profesionalidad. Manual imprescindible para la formación y la capacitación, que se basa en los principios de la cualificación y dinamización del conocimiento, como premisas para la mejora de la empleabilidad y eficacia para el desempeño del trabajo. Fundamentos del plan de marketing en internet.

COMM025PO

Fundamentos de marketing : entorno, consumidor,

Acces PDF Fundamentos De Marketing

estrategia e investigación comercial Fundamentos de marketing (6a. ed.)

Conocer el concepto básico de Marketing así como sus necesidades. Aprender a gestionar el Marketing y su entorno. Identificar en qué consiste el Marketing Mix. Comprender al público como pilar fundamental del Marketing. Establecer cómo se comporta el consumidor. Identificar cómo se divide el mercado. Conocer el producto como elemento del Marketing Mix. Identificar las distintas estrategias para el desarrollo de productos. Reconocer las

Acces PDF Fundamentos De Marketing

estrategias de fijación de precios y el posicionamiento del producto Identificar los diferentes tipos de distribución. Analizar los métodos de ventas más utilizados. Conocer la diferencia entre Marketing directo y Marketing digital. Aprender como conocer el público al que dirigirse Identificar las promociones de ventas y sus características Saber cómo funcionan las relaciones públicas de las empresas UD1. Conceptos básicos del marketing 1.1. Introducción 1.2. Marketing y necesidades 1.3. Fundamentos de la gestión orientada al mercado 1.3.1. Finalidad de la

Acces PDF Fundamentos De Marketing

estrategia comercial 1.4. Tipos de gesti?n de marketing 1.5. El entorno de marketing 1.5.1. El macroentorno 1.5.2. El microentorno 1.6. El Marketing Mix 1.7. El marketing y el mercado 1.7.1. Caracter?sticas del mercado 1.7.2. Cambios del mercado 1.8. El cliente como eje del marketing 1.8.1. Marketing relacional 1.8.2. Gesti?n de clientes 1.8.3. Cliente y lealtad 1.8.4. Fidelizaci?n del cliente 1.9. Gesti?n de la informaci?n de marketing 1.9.1. Desarrollo de la informaci?n de marketing 1.9.2. La investigaci?n comercial UD2.El consumidor y la segmentaci?n de mercados

Acces PDF Fundamentos De Marketing

- 2.1. El comportamiento del consumidor
 - 2.1.1. El consumidor y sus necesidades
 - 2.1.2. El proceso de decisi?n de compra
- 2.2. Segmentando el mercado
 - 2.2.1. ¿Qu? es la segmentaci?n?
 - 2.2.2. Criterios de segmentaci?n de mercados
 - 2.2.3. Tipos de segmentaci?n
- UD3. Productos, servicios y estrategias de fijaci?n de precios
 - 3.1. El producto como elemento del marketing-mix
 - 3.1.1. Gama y l?nea y "mix" de productos
 - 3.1.2. Marketing de servicios
 - 3.2. Estrategias de desarrollo de productos
 - 3.2.1. Creaci?n de productos
 - 3.2.2. Modificaci?n de productos
 - 3.2.3. Ciclo de vida del

Acces PDF Fundamentos De Marketing

producto 3.2.4. Moda y obsolescencia de los productos
3.3. Precio y fijaci?n de precios.
3.3.1. Factores para fijar los precios. 3.3.2. Estrategias de precios
3.4. Posicionamiento de producto
UD4. Los canales de marketing y la cadena de distribuci?n
4.1. Introducci?n
4.2. Comportamiento y dise?o del canal de distribuci?n
4.2.1. Organizaci?n de la distribuci?n
4.3. Tipos de canales de distribuci?n
4.4. Mayoristas y minoristas
4.4.1. Los mayoristas
4.4.1. Los minoristas
4.5. M?todos de venta en la distribuci?n comercial
4.5.1. Venta personal
4.5.2. Venta a

Acces PDF Fundamentos De Marketing

distancia 4.6. Venta personal, marketing directo y marketing digital

4.6.1. Funciones de la fuerza de ventas

4.6.2. El proceso de venta personal

4.6.3. Marketing directo

4.6.4. Marketing digital

UD5. Estrategia de comunicaci?n integrada,

publicidad, promoci?n y RRPP

5.1. Introducci?n

5.2. Desarrollo de la comunicaci?n eficaz

5.2.1. El mensaje

5.2.2. El p?blico objetivo

5.2.3. El Canal de comunicaci?n

5.3. Publicidad

5.3.1. La estrategia publicitaria

5.3.2. Medios tradicionales

5.3.3. Medios below the line

5.3.4. Presupuesto y control

Acces PDF Fundamentos De Marketing

5.4. Promoci?n de ventas 5.4.1.
Objetivos de la...

FUNDAMENTOS DE MARKETING
- 74

¿Qué es eso del Marketing?