# POLÍTICAS DE MARKETING 3.ª EDICIÓN 2022




CUESTA PICAZO, QUITERIA/ALCARAZ CRIADO, JAVIER IGNACIO/ESCRIBANO RUIZ, GABRIEL

| | |
|---|---|
| **Editorial** | PARANINFO |
| **Subject** | . |
| **EAN** | 9788413661797 |
| **Status** | Normal |
| **Pages** | 430 |
| **Size** | 2700x2100x0 mm. |
| **Weight** | 1140 |
| **Price (Tax inc.)** | 36,00€ |

## SYNOPSIS

The ones who are crazy enoughto think they can change the worldare the ones who do.Steve JobsEsta obra desarrolla los contenidos del módulo profesional de Políticas de Marketing, de los Ciclos Formativos de grado superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales y en Marketing y Publicidad, pertenecientes a la familia profesional de Comercio y Marketing.Esta nueva edición de Políticas de marketing ha sido actualizada desde una perspectiva eminentemente práctica que permite que el alumnado desarrolle un aprendizaje constructivo. Se ha modificado e innovado en los ejemplos recogidos, actualizado los contenidos a la legislación vigente (y especialmente a la normativa aplicable al marketing) y, se han renovado íntegramente las Unidades 7, 10 y 11.Para adaptarse a las demandas del profesorado con mayores inquietudes tecnológicas, se ha realizado un esfuerzo recopilador de materiales audiovisuales usados en clase por los autores y adaptados al libro, que pueden ser utilizados tanto en el aula como en casa (flipped classroom) a través de la plataforma edpuzzle. Estos materiales, que son de uso complementario, ayudarán a cambiar, en determinados momentos de las unidades, las dinámicas de enseñanza-aprendizaje, al permitir que el alumnado profundice y consolide lo aprendido, en un entorno digital que le será más familiar y amigable. Se han elaborado unos videotutoriales, para el profesorado y el alumnado, que se pueden encontrar en los recursos de la página web del libro en www.paraninfo.es.Políticas de marketing se inicia con un análisis del entorno y la competencia desde un sentido amplio, para ir adentrándose a medida que se avanza con las unidades en un análisis más exhaustivo de las diferentes variables de marketing mix. Finaliza el libro con el plan de marketing, momento en el que se ofrece una visión de conjunto de todo lo aprendido.Los autores forman parte de un equipo multidisciplinar. Gabriel Escribano Ruiz, licenciado en Administración y Dirección de Empresas, y en Ciencias Económicas, es profesor de Enseñanza Secundaria y autor de o...

## Related Titles




ORGANIZACIÓN DE EQUIPOS DE VENTAS 2.ª EDICIÓN 2022
MARTÍNEZ MARTÍNEZ, AURORA/ZUMEL JIMENEZ, MARIA CRISTINA




VENTA ONLINE
DOMINGUEZ BAÑOS, VÍCTOR JOSÉ




MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES
RODÉS BACH, ADOLF