PLAN DE MARKETING EMPRESARIAL



ÁLVAREZ GÓMEZ, LAURA CRISTINA

SYNOPSIS

El éxito de las empresas radica en su compromiso a largo plazo con el marketing, no solo con el fin de acercarse a los clientes sino para llegar a comprenderlos mejor. El marco empresarial está en constante evolución debido a las tecnologías, innovaciones y cambios culturales, y en este tipo de escenario es importante construir relaciones perdurables. A través de este libro aprenderemos a analizar la situación en el mercado de nuestros productos y servicios y la política de posicionamiento de los mismos, así como a calcular los precios y su variabilidad según diferentes factores. Además, veremos cómo definir acciones de comunicación y la manera de elaborar un briefing de distintos tipos de productos y marcas; cada capítulo se complementa con actividades prácticas y de autoevaluación, cuyas soluciones están disponibles en www.paraninfo.es. Los contenidos se corresponden fielmente con los de la UF2392 Plan de marketing empresarial, incardinada en el MF 2185_3 Políticas de marketing, perteneciente al certificado de profesionalidad COMM0112 Gestión de marketing y comunicación, regulado por el RD 614/2013, de 2 de agosto. Laura Cristina Álvarez Gómez es licenciada en Ciencias de la Información y ejerce su labor docente como profesora en un centro de formación....

Editorial	PARANINFO
Subject	Gestión de ventas y marketing
EAN	9788428396639
Status	Normal
Pages	142
Size	240x170x0 mm.
Weight	290
Price (Tax inc.)	14,50€