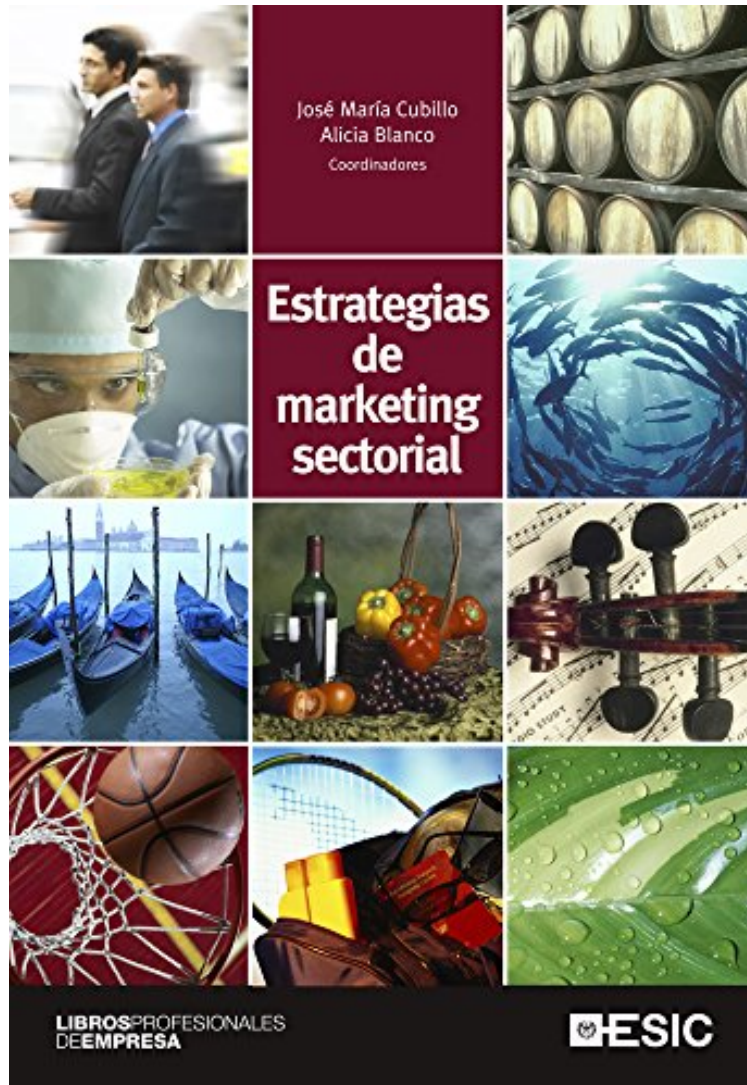


[Library ebook] Estrategias de marketing sectorial (Libros Profesionales) (Spanish Edition)

Estrategias de marketing sectorial (Libros Profesionales) (Spanish Edition)

*Joseacute; Mariacute;a Cubillo Pinilla, Alicia Blanco Gonzaacute;lez
ebooks | Download PDF | *ePub | DOC | audiobook*



[Download](#)

[Read Online](#)

#3325306 in eBooks 2014-11-05 2015-09-15 File Name: B015EQIEMA | File size: 42.Mb

Joseacute; Mariacute;a Cubillo Pinilla, Alicia Blanco Gonzaacute;lez : Estrategias de marketing sectorial (Libros Profesionales) (Spanish Edition) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Estrategias de marketing sectorial (Libros Profesionales) (Spanish Edition):

Las diversas organizaciones requieren de personal formado al maacute;s alto nivel en el acute;mbito del marketing. Como deciacute;a Peter Drucker, laquo;un buen consejero delegado (CEO) seraacute; un directivo de marketing que

sabe leer un balanceraquo;. Ahora bien, el entorno competitivo actual se caracteriza por una gran especializacioacute;n en sus respectivos sectores, con tendencias y caracteriacute;sticas competitivas muy diferentes. Para la empresa, la clave estaacute; en disentilde;ar e implementar una estrategia a partir de las relaciones inherentes entre el entorno socioeconoacute;mico general y su sector de actividad, adaptando y gestionando sus diversas aacute;reas funcionales a las caracteriacute;sticas particulares de su sector y a las tendencias generales del entorno nacional e internacional.En general, las bases conceptuales de la ciencia del marketing suelen ser las mismas en todos los sectores: una buena orientacioacute;n al mercado buscando la creacioacute;n de valor para todos los stakeholders de la empresa (principalmente consumidores, accionistas y empleados). Ahora bien, la probabilidad de eacute;xito en las decisiones comerciales se incrementa cuando la empresa define bien su puacute;blico y mercado objetivo e implanta estrategias y poliacute;ticas adaptadas a las especificidades de ese mercado.Pues bien, el objetivo de este libro es tratar, para el aacute;rea de marketing, esta creciente especialidad en sectores de actividad, que requiere de conocimientos maacute;s especiacute;ficos y sectoriales. El libro se dirige principalmente al estudiante avanzado de licenciatura y de Maacute;ster en Direccioacute;n y Gestioacute;n de Empresas (MBAs) que cuente con conocimientos previos en el campo del marketing. La estructura en catorce capiacute;tulos, que cubren aacute;reas de especializacioacute;n de creciente intereacute;s en el aacute;mbito empresarial, estaacute; disentilde;ada para que, dentro de los grados-licenciaturas del nuevo sistema de Bolonia, el programa encuadre faacute;cilmente en las semanas lectivas de un cuatrimestre acadeacute;mico. Asimismo, y debido a la profunda cobertura de los temas y el apoyo de ejemplos y casos praacute;cticos de empresas, tambieacute;n constituye un excelente instrumento para los cursos intensivos Executive y un manual de apoyo para los directivos del aacute;rea de marketing de cualquier tipo de empresa.El libro es un esfuerzo conjunto de un grupo amplio de profesores y especialistas de diversas universidades, escuelas de negocio y empresas, que han puesto en comuacute;n los conocimientos acadeacute;micos y experiencias profesionales en sus diversas aacute;reas de especializacioacute;n. Los contenidos estaacute;n desarrollados de una manera praacute;ctica, amena y a la vez rigurosa y profunda, que permitiraacute; al lector descubrir las diversas especialidades sectoriales dentro del apasionante mundo del marketing.Iacute;ndiceMarketing en el sector del lujo.- Marketing cultural.- Marketing turiacute;stico.- Marketing responsable.- Marketing ecoacute;gico. Oportunidades, poliacute;ticas y retos.- Marketing puacute;blico.- Marketing deportivo.- Marketing digital.- Marketing bancario.