

1. Record Nr.	UNINA9910273457803321
Autore	Limas Suarez Sonia Janneth
Titolo	Marketing empresarial [[electronic resource] ] : direccion como estrategia competitiva
Pubbl/distr/stampa	Bogota, : Ediciones de la U, 2012
ISBN	1-4492-7829-9
Descrizione fisica	1 online resource (280 p.)
Disciplina	658
Soggetti	Administracion de Empresas Industrial management Marketing Mercadeo Management Business & Economics Management Styles & Communication Electronic books.
Lingua di pubblicazione	Spagnolo
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di contenuto	MARKETING EMPRESARIAL (...); PAGINA LEGAL; CONTENIDO ; PRESENTACION; 1 INTRODUCCION AL MARKETING; Competencias a desarrollar; 1.1. Evolucion del marketing; 1.2. Concepto de marketing; 1.3. Concepto de mercado; 1.4. Relacion entre marketing y mercado; 1.5. Importancia del marketing en el desarrollo empresarial; Resumen; Autoevaluacion; Taller; 2 MARKETING ESTRATEGICO; Competencias a desarrollar; 2.1. Comportamiento del consumidor; 2.1.1. Comportamiento de compra del consumidor; Factores que influyen en el comportamiento de compra del consumidor; El proceso de decision de Clasificacion de papeles que desempeña el consumidorMotivos de compra; 2.1.2. Comportamiento de compradores industriales, empresariales o institucionales; 2.1.3. Caracteristicas de los mercados de bienes (...); 2.2. INVESTIGACION DE MERCADOS; 2.2.1. Concepto; 2.2.2. Naturaleza y alcance de la investigacion de mercados; 2.2.3. Contribucion de la investigacion de mercados; 2.2.4. Origenes y

desarrollo de la investigacion (...); 2.2.5. Importancia de la investigacion de mercados (IM); 2.2.6. Ventajas de la investigacion de mercados; 2.2.7. Papel de la investigacion de mercados  
2.2.8. Proceso metodologico de investigacion de mercados.  
Descubrimiento de un problema u oportunidad de marketing;  
Objetivos; Diseno de la investigacion; Procedimiento de recoleccion de datos; Muestreo; Tabulacion y analisis; Presentacion de resultados; 2.3. Segmentacion de mercados; 2.3.1. Concepto de la segmentacion de mercado; 2.3.2. Requisitos para una segmentacion adecuada; 2.3.3. Beneficios de la segmentacion de mercados; 2.3.4. Proceso de segmentacion de mercados; 2.3.5. Tipos de segmentacion de mercado y características; 2.4. Marketing y ventaja competitiva  
2.4.1. Posicionamiento para obtener ventaja competitiva  
2.4.2. Proceso de posicionamiento; 2.4.3. Ventajas competitivas; 2.4.4. Seleccion de la ventaja competitiva; 2.4.5. Seleccion de una estrategia de posicionamiento; 2.4.6. Reposicionamiento; Resumen; Autoevaluacion; Taller; 3 MARKETING TACTICO; Competencias a desarrollar; 3.1. El producto; 3.1.1. Concepto; 3.1.2. Niveles del producto; 3.1.3. Clasificacion de productos; 3.1.4. Concepto de los servicios; 3.1.5. Diferencias entre bienes y servicios; 3.1.6. Clasificacion de los servicios; 3.1.7. Características diferenciales de los servicios  
3.1.8. Estrategias de producto  
3.2. El precio; 3.2.1. Concepto; 3.2.2. Factores determinantes en la fijacion de precios; 3.2.3. Proceso para determinar el precio sigue; 3.2.4. Políticas de precio; 3.2.5. Procedimiento corporativo para fijacion de precios; 3.2.6. Estrategias de fijacion de precios; Estrategia de precios para nuevos productos; Estrategia de precios psicologicos; Estrategia de precios por cartera de productos; Estrategia de precios diferenciales; 3.3. Distribucion; 3.3.1. Canales de distribucion; 3.3.2. Cobertura; 3.3.3. Almacenamiento; 3.3.4. Inventario; 3.3.5. Transporte  
3.3.6. Estrategias de distribucion

---