

# Contenido

Lista de tablas	<b>xi</b>
Lista de gráficos	<b>xi</b>
Lista de imágenes	<b>xii</b>
Agradecimientos	<b>xiii</b>
Prólogo	<b>xiv</b>
Ayudas Web	<b>xvi</b>
Presentación	<b>xvii</b>
Presentación al docente	<b>xxi</b>
Presentación al estudiante	<b>xxii</b>
Mensaje de la autora	<b>xxiii</b>

## Capítulo 1 La naturaleza y el panorama del marketing

Objetivos	<b>1</b>
Introducción	<b>1</b>
1.1 El campo del marketing	<b>3</b>
1.2 Ambiente dinámico del marketing	<b>23</b>
Ejercicios	<b>40</b>

## Capítulo 2 Mercados e investigación de mercados

Objetivos	<b>43</b>
Introducción	<b>43</b>
2.1 Los consumidores: perfiles y comportamientos de compra	<b>46</b>
2.2 Segmentación, determinación de objetivos y posicionamiento	<b>61</b>
2.3 Investigación de mercados	<b>70</b>
Ejercicios	<b>83</b>
Preguntas para repasar	<b>84</b>

## Capítulo 3 Producto

Objetivos	<b>87</b>
Introducción	<b>87</b>
3.1 Planeación y desarrollo de producto	<b>89</b>
Ejercicios	<b>109</b>

## **Capítulo 4 Precio**

Objetivos **111**

Introducción **111**

4.1 Determinación del precio y su importancia en el marketing **113**

Ejercicios **127**

## **Capítulo 5 Plaza o distribución**

Objetivos **131**

Introducción **131**

5.1 Canales de distribución **133**

5.2. Logística de la distribución o distribución física **147**

Ejercicios **150**

## **Capítulo 6 Promoción o comunicación**

Objetivos **153**

Introducción **153**

6.1 Tácticas de comunicación en el marketing **155**

6.2 Comunicación y los elementos del proceso de la comunicación **155**

6.3 Propósitos de la comunicación **157**

6.4 Determinación de la mezcla promocional o mezcla comunicacional **158**

6.5 Ventas personales, administración de ventas y tipos de venta personal **171**

6.6 Variación de los patrones en las ventas personales **171**

6.7 Dirección estratégica de las ventas **175**

6.8 Selección, formación, motivación, evaluación y control del equipo de ventas **176**

Ejercicios **177**

## **Capítulo 7 Planeación, ejecución y evaluación del marketing**

Objetivos	181
Introducción	181
7.1 Planeación estratégica de marketing	183
7.2 Orígenes y evolución del pensamiento estratégico	183
7.3 Plan de marketing	186
7.4 Papel del marketing en la planeación estratégica	186
7.5 Propósitos del proceso de marketing	186
7.6 Niveles de la planeación estratégica	186
7.7 Elementos de la planeación estratégica de marketing	187
7.8 Análisis de la estrategia de crecimiento	193
7.9 Análisis de los entornos	194
7.10 Análisis FODA o DOFA	195
7.11 Ventaja competitiva	199
7.12 Estrategias genéricas	199
7.13 Fuentes de ventaja competitiva	200
7.14 Matriz atractivo del mercado-competitividad	200
7.15 Estrategias competitivas	204
7.16 Mapa de posicionamiento	206
7.17 Desarrollo de la mezcla de marketing	207
7.18 Presupuesto	207
7.19 Implementación y evaluación de la planeación estratégica del marketing	208
Ejercicios	209
Glosario	216
Índice	244