

Resumen de contenido

Prefacio xii
Agradecimientos xxii

1 El Mundo del Marketing 1

- 1 Una visión general del marketing 2
- 2 Planeación estratégica para la ventaja competitiva 24
- 3 Ética y responsabilidad social 54
- 4 El entorno del marketing 86
- 5 Desarrollo de una visión global 132

2 Análisis de las oportunidades de Marketing 183

- 6 Toma de decisiones del consumidor 184
- 7 Marketing de negocios 236
- 8 Segmentación y establecimiento de mercados meta 270
- 9 Sistemas de apoyo a las decisiones e investigación de mercados 308

3 Decisiones de producto 357

- 10 Conceptos de productos 358
- 11 Desarrollo y administración de productos 386
- 12 Marketing de servicios y de organizaciones sin fines de lucro 418

4 Decisiones de distribución 449

- 13 Canales de marketing 450
- 14 Administración de la cadena de suministro 488
- 15 Ventas al detalle 534

5 Estrategias de promoción y comunicación 579

- 16 Planeación de la promoción para una ventaja competitiva 580
- 17 Publicidad y relaciones públicas 612
- 18 Promoción de ventas y venta personal 652

6 Decisiones sobre fijación de precios 691

- 19 Conceptos de fijación de precios 692
- 20 Establecer el precio correcto 732

7 Marketing orientado a la tecnología 779

- 21 Administración de las relaciones con el cliente (CRM) 780
- 22 Medios sociales de comunicación y el marketing 812

Glosario G-1

