

INDICE

ORIENTACION TEMATICA.....	7	Capítulo 10: El liderazgo y la generación del cambio en una estructura organizacional	55
PROFESIONES MENCIONADAS EN LA OBRA	11	Capítulo 11: La función de marketing para un estudio u organización de servicios profesionales	59
SECCION PRIMERA: LOS CONCEPTOS		Capítulo 12: Elementos de estrategia competitiva aplicados al marketing de servicios profesionales	63
Introducción.....	15	Capítulo 13: Construyendo el plan de marketing	79
Capítulo 1: La problemática del profesional	17	Capítulo 14: Las herramientas de marketing	81
Capítulo 2: Los fenómenos del mundo actual	19	Capítulo 15: Las actividades de marketing	87
Capítulo 3: La comprensión de la realidad	25	SECCION SEGUNDA: LAS HERRAMIENTAS	89
Capítulo 4: Definiciones de marketing	27	SECCION TERCERA: LOS EJEMPLOS	131
Capítulo 5: Las polaridades en el marketing	31	EL AUTOR	145
Capítulo 6: Diferentes tipos de marketing.....	35		
Capítulo 7: Marketing de Servicios Profesionales	39		
Capítulo 8: Confusiones y prejuicios frente al marketing	45		
Capítulo 9: El concepto de marketing para un profesional, estudio u organización de servicios profesionales	49		