

CAPÍTULO 1

Planeación estratégica de marketing 1

CAPÍTULO 2

Análisis situacional y del entorno 26

CAPÍTULO 3

Análisis SWOT: esquema para el desarrollo de la estrategia de marketing 50

CAPÍTULO 4

Segmentación de mercado, marketing meta y posicionamiento 74

CAPÍTULO 5

Establecimiento de relaciones con los clientes mediante calidad, valor y satisfacción 95

CAPÍTULO 6

Estrategia de producto 109

CAPÍTULO 7

Creación de una estrategia de fijación de precios 127

CAPÍTULO 8

Administración de la cadena de distribución y suministro 142

CAPÍTULO 9

Comunicaciones integradas de marketing 159

CAPÍTULO 10

Instrumentación y control de marketing 178

Casos 211

Apéndice A: hojas de trabajo para el plan de marketing 413

Apéndice B: dos ejemplos de plan de marketing 425

Notas 451

Índice temático 457