

Contenido breve

PARTE 1 Preparando el escenario para la estrategia de marketing

- CAPÍTULO 1 El marketing en la economía actual 1
- CAPÍTULO 2 Planificación estratégica de marketing 27

PARTE 2 Descubriendo las oportunidades del mercado

- CAPÍTULO 3 Recopilación y análisis de la información de marketing 53
- CAPÍTULO 4 Desarrollo de la ventaja competitiva y el enfoque estratégico 85

PARTE 3 Desarrollando la estrategia de marketing

- CAPÍTULO 5 Clientes, segmentación y mercados objetivo 115
- CAPÍTULO 6 El programa de marketing 149
- CAPÍTULO 7 Branding y posicionamiento 199

PARTE 4 Poniendo la estrategia en acción

- CAPÍTULO 8 Ética y responsabilidad social en la estrategia de marketing 227
- CAPÍTULO 9 Implementación y control del marketing 255
- CAPÍTULO 10 Desarrollo y mantenimiento de relaciones a largo plazo con los clientes 283

PARTE 5 Casos

- CASO 1 *USA Today*: innovación en una industria en evolución 313
- CASO 2 La estrategia de marketing ganadora de Apple 327
- CASO 3 Monsanto equilibra los intereses de múltiples grupos de interés 339
- CASO 4 New Belgium Brewing (A): obtención de ventajas competitivas por medio del marketing socialmente responsable 351
- CASO 5 New Belgium Brewing (B): desarrollo de una personalidad de marca 361
- CASO 6 Mattel enfrenta sus desafíos de marketing 371
- CASO 7 Mistine: venta directa en el mercado tailandés de cosméticos 381
- CASO 8 BP lucha para limpiar su reputación manchada 393
- CASO 9 Chevrolet: 100 años de innovación de producto 405

CASO 10	Wyndham Worldwide adopta una estrategia de marketing orientada hacia los grupos de interés	419
CASO 11	NASCAR: No puede mantener una buena marca abajo	429
CASO 12	IndyCar: Buscando el regreso del carril rápido a los deportes de motor	441
CASO 13	Zappos: Entregando felicidad	451
CASO 14	Sigma Marketing: Adaptación de mercadotecnia estratégica	461
CASO 15	Netflix pelea por mantenerse a la delantera en un mercado que cambia rápidamente	471
CASO 16	Gillette: Porqué la innovación podría no ser suficiente	481
CASO 17	IKEA expande lentamente su presencia en el mercado de Estados Unidos	493
Apéndice	Hoja de trabajo del plan de marketing	501
	<i>Índice de marcas y compañías</i>	511
	<i>Índice de nombres</i>	525
	<i>Índice analítico</i>	529

Material en línea

El siguiente material se encuentra disponible en línea:

- Casos 12 al 17
- Índices
- Apéndice

Ingrese a www.cengage.com, busque el libro por el ISBN e ingrese el siguiente código de acceso:



CENGAGE

Acceso digital

9786075264158 Estrategias de marketing

1 Ingrese a la siguiente URL:

<http://latam-cm.cengage.com/moodle/course/view.php?id=45>

2 Cuando te sea solicitado, ingresa el siguiente código:

CLEMHU8BHZ0C9U

Para más información o soporte técnico:
soporte.latam@cengage.com

IMPARABLES

