Contenido breve

PARTE 1	Preparando el escenario para la estrategia de marketing
CAPÍTULO 1	El marketing en la economía actual
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	
CASOS	Monsanto equilibra los intereses de múltiples grupos de interés 339
	Monsanto equilibra los intereses de múltiples grupos de interés 339 New Belgium Brewing (A): obtención de ventajas competitivas por medio del marketing socialmente responsable 351
	New Belgium Brewing (A): obtención de ventajas competitivas por
CASO 4	New Belgium Brewing (A): obtención de ventajas competitivas por medio del marketing socialmente responsable 351 New Belgium Brewing (B): desarrollo de una personalidad
CASO 5	New Belgium Brewing (A): obtención de ventajas competitivas por medio del marketing socialmente responsable 351 New Belgium Brewing (B): desarrollo de una personalidad de marca 361
CASO 5	New Belgium Brewing (A): obtención de ventajas competitivas por medio del marketing socialmente responsable 351 New Belgium Brewing (B): desarrollo de una personalidad de marca 361 Mattel enfrenta sus desafíos de marketing 371 Mistine: venta directa en el morce de triban 1/2 de marca de marca de marca de marca de triban 1/2 de marca de
CASO 5 CASO 6 CASO 7	New Belgium Brewing (A): obtención de ventajas competitivas por medio del marketing socialmente responsable 351 New Belgium Brewing (B): desarrollo de una personalidad de marca 361 Mattel enfrenta sus desafíos de marketing 371 Mistine: venta directa en el mercado tailandés de cosméticos 381

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
	Índice de marcas y compañías 511 Índice de nombres 525 Índice analítico 529

Material en línea

El siguiente material se encuentra disponible en línea:

- Casos 12 al 17
- Índices
- Apéndice

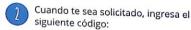
Ingrese a www.cengage.com, busque el libro por el ISBN e ingrese el siguiente código de acceso:



Acceso digital

9786075264158 Estrategias de marketing Ingresa a la siguiente URL:

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



CLEMHU8BHZ0C9U

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

