



Conducta real del consumidor y marketing efectivo

Autor: Idefonso Grande Esteban

Edita: Esic Editorial

ISBN: 84-7356-469-3

Este libro proporciona conceptos y estrategias para tomar decisiones efectivas en materia de producto, precio, distribución y comunicación que se basan en la conducta y reacciones reales observadas en los consumidores.