



Prensa: Mensual
Tirada: Sin datos OJD
Difusión: Sin datos OJD

Documento: 1/1
Impresión: Color
Sección:

Cód 11739852

Página: 11

Principios de Marketing.

Autores: Águeda Esteban Talaya, Jesús García de Madariaga, M^a José Narros González, Cristina Olarte Pascual, Eva Marina Reinares Lara, Manuela Saco Vázquez. Editorial ESIC. 792 páginas. ISBN: 84-7356-468-5. Precio: 32 euros. La nueva edición de *Principios de Marketing*



realiza un amplio recorrido por la moderna concepción del marketing desde una perspectiva tanto estratégica como operativa. Esta segunda edición aporta, a diferencia de otras obras de marketing, la posibilidad de acercarse a los nuevos métodos en la gestión de clientes y a los instrumentos más actuales de comercialización que aplican las

empresas en la realidad. En este texto el lector encontrará, además, una gran cantidad de ejemplos, ilustraciones y esquemas que facilitan la comprensión y aplicación. Un libro válido tanto para el aprendizaje de estudiantes como para la consulta del profesional de marketing.