



Manual de marketing

María Dolores García Sánchez
(coordinadora)
Libros Profesionales de
Empresa
ESIC Editorial
Madrid, noviembre 2008

El objetivo de este manual es acercar el marketing, de forma fácil y comprensible, a las personas que quieran ahondar en esta disciplina, ya sean estudiantes, docentes o profesionales; y que las ideas expresadas en a lo largo de sus páginas inciten a los lectores a realizar múltiples anotaciones en los márgenes. Combina teoría con casos, cuestiones a debatir y preguntas-test para estimular el aprendizaje.

Es por tanto, una obra que busca capacitar a las personas interesadas en el marketing, en el entendimiento y la ejecución de las técnicas para que su negocio, su ONG o su institución, sea más eficaz y eficiente en el tiempo; buscando las relaciones positivas y armónicas a largo plazo con su entorno y, muy especialmente, con las personas y entidades a las que sirve y de las que se sirve.

Un libro, en definitiva, «para todos los públicos», que pretende acercar el marketing a cualquier persona que crea que aplicando estas técnicas puede tener una vida profesional (y por arrastre: personal) más satisfactoria para sí y para los demás.

Han elaborado esta obra un conjunto de profesores universitarios que abarca casi toda la geografía española, coordinado por María Dolores García Sánchez, profesora de la Universidad de Málaga y doctora en Ciencias de la Información.