

Tirada: <b>23.887</b>	<b>PYMES</b> EL ESIC EDITA	Superficie: <b>124,00 cm<sup>2</sup></b>	Ocupación: <b>21.09%</b>
Difusión: <b>22.639</b>			
(O.J.D)	<b>Nacional</b>	<b>Mensual</b>	
Audiencia: <b>79.236</b>	<b>Tecnología/Informática</b>		
Ref: <b>2926808</b>	<b>1<sup>a</sup> Edición</b>	<b>01/01/2010</b>	Página: <b>27</b>
			1 / 1

## Merchandising. Teoría, práctica y estrategia



El *merchandising* va a cambiar el estilo de consumo de los compradores, así como sus relaciones. Por esta razón, Ricardo Palomares Borja ha escrito esta obra en la que pretende promover y garantizar el éxito en la gestión del *merchandising* en el punto de venta.

Este libro está dedicado al mundo de la distribución comercial y a los retos que la misma plantea, con sus correspondientes respuestas basadas en nuevos planteamientos de actuación. Así, los lectores podrán resolver cuestiones como qué productos agrupar estratégicamente. Cómo diseñar la superficie de ventas. Dónde localizar los productos, o cómo presentar los mismos.

[www.editorial.esic.es](http://www.editorial.esic.es)