



## LIBROS

# Recetas para vender más

**TÍTULO:** Estrategias de marketing

**AUTOR:** José Luis Munuera y Ana Isabel Rodríguez

**EDITORIAL:** Esic

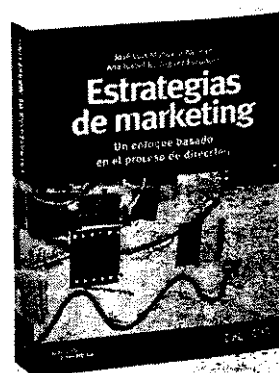
**PRECIO:** 50 €

P. ÁLVAREZ

Además de los conceptos teóricos sobre el análisis del mercado, las estrategias de marketing, su planificación y ejecución, la obra se completa con nueve casos prácticos de empresas que operan en el mercado español. Se ex-

plican estrategias competitivas de Telecinco, el sólido liderazgo de Danone en el mercado de los derivados lácteos, la consolidación nacional y la reconversión internacional de Campofrío y la apuesta por el crecimiento de NH Hoteles.

También se abordan los casos de Apple con la ayuda del iPod y la importancia del marketing en Loterías y Apuestas del Estado, así como la búsqueda de la competitividad internacional de Benetton. El libro se comple-



ta con un análisis de la visión de mercado de Seur y el posicionamiento alcanzado por el Balneario de Archena.

Los autores explican el papel que juega el marketing en los diferentes niveles organizativos, así como la orientación al mercado como ventaja competitiva.