



**Estrategias de marketing.** Un enfoque basado en el proceso de dirección. Autor: José Luis Munuera Alemán y Ana Isabel Rodríguez Escudero. Editorial ESIC. 714 páginas. ISBN: 9788473565110. Precio: 50 euros. Un extenso compendio de los principales conceptos teóricos relativos al análisis del mercado, las estrategias de marketing, su planificación y ejecución; complementado con nueve casos prácticos de empresas que operan en el mercado español.