

libros

Los secretos del mercado

Estrategias de marketing.

Un enfoque basado en el proceso de decisión.

Jose Luis Munuera y Ana Isabel Rodríguez

Ediciones

Escolar ESIC

714 págs.

Redacción



NUEVE EMPRESAS de éxito de muy diferentes ámbitos sirven de ejemplo práctico a José Luis Munuera y Ana Isabel Rodríguez para acercar al lector a los buenos usos que se pueden hacer de las estrategias de marketing para incrementar resultados. En esta obra se muestra, como se recoge en el título de algunos de sus capítulos, el posicionamiento del Dalbarrío de Archena, la importancia del marketing en Loterías y Apuestas del Estado, la visión de mercado de Secur y un análisis de sus competidores, la consolidación nacional y reconversión internacional de Campofrío, el resurgir de Apple gracias a su producto iPod, las estrategias competitivas de Telcelrca, la búsqueda de la competitividad internacional de Benetton, el séduido lanzamiento de Danone en el mercado de los derivados lácteos y la apuesta por el crecimiento de NH Hoteles.

Pero antes de llegar a este apartado práctico *Estrategias de Marketing* hace un repaso más teórico en el que aborda los principales conceptos relativos al análisis del mercado, los estrategias de marketing, su planificación y su ejecución. Este título ha sido escrito por el catedrático de la Universidad de Murcia y doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid José Luis Munuera Jurjo a la doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Valladolid Ana Isabel Rodríguez. Munuera es actualmente el presidente de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional.