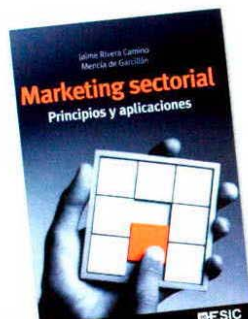


Tirada: <b>8.269</b>	<b>EL EMPRESARIO</b>	Superficie: <b>121 cm<sup>2</sup></b>	Ocupación: <b>20,58%</b>	Valor: <b>616,99 €</b>	Página: <b>45</b>
Difusión: <b>7.770</b>					
(O.J.D)	<b>Nacional</b>	<b>Mensual</b>			
Audiencia: <b>27.195</b>	<b>Economía</b>				
Ref: <b>5543345</b>	<b>1<sup>a</sup> Edición</b>	<b>01/06/2014</b>			<b>1 / 1</b>



## Marketing sectorial

Jaime Rivera Camino  
Mencía de Garcillán

ESIC Editorial

390 págs.

25 €

Cuando un directivo debe tomar una decisión de mercado ha de tener presente la influencia del sector económico en el que trabaja su empresa.

Ante la gran rivalidad entre empresas que ofrecen productos o servicios prácticamente idénticos, la aplicación del marketing sectorial puede contribuir a que el cliente perciba una oferta como exclusiva.

Entre los casos de éxito reconocidos en este ámbito destacan el marketing turístico y el político.

Los autores sugieren que los directivos trabajen de manera más activa este tipo de marketing para que sus empresas triunfen con una oferta rápida, innovadora y diferencial de su producto o servicio y ofrecen recomendaciones para satisfacer las necesidades de diversos sectores empresariales, información y casos prácticos al respecto. 🌱

