



Bye, bye, marketing

/

Medina, Agustín,
Autor

Ediciones Pirámide,
2013

Derecho y Economía. Economía. Aplicada a la empresa

Recurso Electrónico

Bye, bye, marketing hace un excelente recorrido por la evolución del marketing hasta el día de hoy, visto desde la agencia de publicidad; pero la experiencia del autor es más que suficiente como para dar una buena perspectiva de lo que ha sucedido también en el anunciante. Adiós al marketing; el título lo dice todo: el marketing ya no es lo que era. A partir de este suceso el autor explica cómo fue el marketing del siglo xx y cómo ese marketing, sobre el que giraba todo el mundo empresarial, ha dejado de ser la herramienta más importante para la comercialización de los productos, los servicios y las marcas. El libro resulta esclarecedor para entender los cambios que se han producido en el apasionante mundo de las estrategias empresariales: la evolución del marketing, la conversión de los productos en marcas, la aparición de Internet, el perfil de los nuevos consumidores y la importancia de la creatividad y de la innovación en todos los procesos. Nuevas situaciones y nuevas reglas del juego. En la obra se describen las claves que sirven para entender lo que está pasando, cómo ha evolucionado el pensamiento creativo y la idea del posicionamiento estratégico de una marca, desde los valores puramente funcionales a los emocionales. Se analizan las causas y se plantean soluciones para afrontar los nuevos tiempos y las nuevas estrategias. Bye, bye, marketing es un libro de gran interés para todos aquellos que han hecho hasta ahora del marketing su profesión, y también para los lectores que tienen algún tipo de responsabilidad en el futuro de sus empresas

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhemF0ei5yZW4vMjUyNDQ4MDQ>

Título: Bye, bye, marketing Medina, Agustín

Editorial: Madrid Ediciones Pirámide 2013

Descripción física: 167 p. 23 cm

Mención de serie: Empresa Y Gestión

Nota general: En la cub.: La revolución de las marcas En la cub.: Claves para entender las nuevas reglas del juego

ISBN: 9788436829006

Materia: Marketing

Punto acceso adicional serie-Título: Colección "Empresa y gestión"

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es