

SUMARIO

	Pág.
<u>Presentación</u>	3
<u>Monografías</u>	4
<u>Marketing general: bienes y servicios</u>	4
<u>Gerencia de ventas</u>	46
<u>Promoción de ventas</u>	65
<u>Investigación de mercados</u>	73
<u>Canales de mercadeo (Canales de distribución)</u>	90
<u>Venta personal (El arte de vender)</u>	104
<u>Mercadeo mediante canales de venta al por mayor</u>	110
<u>Mercadeo mediante canales de venta al por menor</u>	110
<u>Marketing en campos específicos de actividad</u>	123
<u>Libros electrónicos</u>	133
<u>Publicaciones periódicas</u>	139
<u>Índice de autores (personas e instituciones)</u>	150
<u>Índice de materias</u>	167

PRESENTACIÓN

Este año 2012, nace una nueva carrera profesional en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad del Pacífico, denominada **Marketing**.

La Biblioteca de la UP, comprometida con el servicio a toda su comunidad de usuarios, ofrece en esta oportunidad la **Bibliografía de Marketing**, este documento contiene gran parte de la literatura sobre marketing que posee física o virtualmente la biblioteca. Está compuesta por monografías o libros ubicados en la estantería abierta de la sala de lectura, éstos corresponden a publicaciones desde el año 2000, sin embargo entre ellos ubicaremos las obras clásicas de los años 90 de Peter F. Drucker, Philip Kotler, David A. Aaker, entre otros; los libros electrónicos que incluyen las obras disponibles en kindle; y finalmente las publicaciones periódicas.

La bibliografía presenta la siguiente estructura: en primer lugar las monografías clasificadas temáticamente -según el esquema de Clasificación Decimal Dewey-, es decir, partimos de las obras generales de marketing en bienes y servicios, para luego ubicar temas más específicos sobre gerencia de ventas, promoción de ventas, investigación de mercados o análisis de mercado, canales de mercadeo, el arte de vender, y finalmente el marketing aplicado en campos específicos de la educación, política, turismo, etc. Luego incluimos los libros electrónicos ordenados alfabéticamente por el autor, cada uno incluye el enlace electrónico al libro o la nota, disponible en kindle, y finalmente las publicaciones periódicas alfabetizadas por su título, algunas presentan la dirección web de la versión en línea. Con la finalidad de hacer más práctico el documento hemos anexado dos índices: índice de autores (personas e instituciones) y un índice de materias.

Esperamos que este documento contribuya a una mayor difusión y conocimiento de las colecciones que posee la biblioteca y sea de utilidad para nuestros usuarios y futuros profesionales de marketing.

MONOGRAFÍAS

658.8 **MARKETING GENERAL: BIENES Y SERVICIOS**

1

Aaker, David A.

Strategic market management / David A. Aaker. -- Fourth edition. -- New York : John Wiley & Sons, 1995.

xv, 379 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing--Administración

658.8 A11 1995

2

Abascal Rojas, Francisco.

Cómo se hace un plan estratégico: la teoría del marketing estratégico/ Francisco Abascal Rojas. -- 2a edición. -- Madrid : ESIC Editorial, 1998.

xxi, 435 p. : il. ; 24 cm. -- (Colección universidad)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Marketing--Planificación 2. Planificación estratégica--Marketing 3. Marketing—Administración

658.802 A12 1998

3

Adkins, Sue

Cause related marketing : who cares wins / Sue Adkins. -- Oxford : Butterworth-Heinemann, 1999.

xx, 307 p. : diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: Cause related marketing in context -- Who cares, why care? -- Application of cause related marketing -- Towards excellence - The principles and the processes -- The way forward.

1. Marketing--Administración 2. Responsabilidad social de la empresa--Estudio de casos

658.8 A24

4

Alet, Josep.

Marketing directo integrado / Josep Alet. -- Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1991.

245 p. : il., diagrs. ; 26 cm.

"Como crear y fidelizar clientes creciendo con rentabilidad"--Cubierta.

Incluye referencias bibliográficas.

1. Marketing directo 2. Relaciones con los clientes 3. Servicio al cliente--Administración

658.8 A39

5

Alfaro Drake, Tomás, 1951-

El marketing como arma competitiva : cómo asignar prioridades a los recursos comerciales / Tomás Alfaro Drake. -- Madrid : McGraw-Hill, 1992.

viii, 308 p. : diagrs. ; 23 cm. -- (Serie McGraw-Hill de management)

1. Marketing 2. Análisis de mercado 3. Promoción de ventas 4. Publicidad
658.8 A41

6

Ambrosio, Vicente.

[Plano de marketing passo a passo. Español]

Plan de marketing paso a paso / Vicente Ambrosio. -- Santa Fé de Bogotá, D.C. : Pearson Educación, 2000.

xvi, 160 p. : il., diagrs. ; 24 cm. + 1 CD-ROM

Incluye índice.

"Una guía práctica para lanzar con éxito productos, servicios e ideas"--Cubierta.

Bibliografía: p. 149-152.

1. Marketing--Planificación--Manuales 2. Análisis de mercado--Metodología
658.802 A52

7

Anderson, Chris, 1961-

The long tail : why the future of business is selling less of more / Chris Anderson. -- Rev. and updated ed. -- New York : Hyperion, c2008.

xii, 267 p. : il. ; 21 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [255]-258) e índice.

1. Segmentación del mercado 2. Marketing en Internet 3. Marketing--Innovaciones tecnológicas
658.802 A59

8

Andreasen, Alan R., 1934-

Social marketing in the 21st century / Alan R. Andreasen. -- California : Sage Publications, 2006.

xi, 264 p. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 237-252) e índice.

Contenido: Introduction -- Social problems and the role of social marketing --Upstream applications -- Conclusions.

1. Marketing social

658.804 A59

9

Apoyo, Opinión y Mercado.

Premios Effie: diez años de efectividad en marketing y publicidad : Perú, 1996-2005 / Apoyo, Opinión y Mercado y Empresa Editora El Comercio. -- Lima : Apoyo, Opinión y Mercado, 2005.

233, [20] p. : il. col. ; 35 cm. -- (Premios Effie)

Incluye índices.

Información detallada sobre los ganadores de los premios EFFIE Oro y EFFIE Plata entre 1996 y 2005, en las diferentes categorías. También presenta datos de los auspiciadores, anunciantes, agencias de publicidad, jurados calificadoros, etc.

1. Premio Effie 1996-2005 2. Marketing--Premios--Perú 3. Publicidad--Premios--Perú 4. Marketing--Perú--Estudio de casos I. Empresa Editora El Comercio (Lima)
658.8079 PA 1996-2005

10

Araujo Azalde, Patricia.

Casos ganadores de los Premios Effie 2002 / Patricia Araujo, David Mayorga, María Matilde Schwalb. -- Lima : Universidad del Pacífico, 2003.

194 p. : diagrs. ; 21 cm. -- (Apuntes de estudio ; 54)(Premio Effie)

Incluye referencias bibliográficas.

Contenido: Favorita Cocinera -- La tiendita de don Pepe -- Somos más, pagamos menos-- Mirinda chicha morada -- Coleccionable "Comida casera" -- Campaña para el uso eficiente de la energía eléctrica -- Crush manzana -- Leche Gloria -- Ebel.

1. Premios Effie Perú 2. Marketing--Premios--Perú 3. Publicidad--Premios--Perú 4. Marketing--Perú--Estudio de casos I. Mayorga Gutiérrez, David II. Schwalb, María Matilde III. Universidad del Pacífico (Lima)

658.8079 P 2002

11

Arellano, Rolando.

Bueno, bonito y barato / Rolando Arellano. -- Lima : Planeta : Arellanomarketing, 2007.

3 v. ; 21 cm.

Contenido: v.1. Aprendiendo marketing con historias de la vida diaria -- v. 2. El marketing que le gusta a los peruanos -- v. 3. A mal tiempo, buen marketing.

1. Marketing--Perú 2. Segmentación del mercado--Perú 3. Estilo de vida--Perú 4. Consumidores--Perú

658.802 A69 V.1

12

Arellano, Rolando.

Marketing : enfoque América Latina / Rolando Arellano Cueva. -- México, D.F. : McGraw-Hill, 2006.
xxix, 577 p. : il., diagrs. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Marketing--América Latina 2. Análisis de mercado--América Latina 3. Comportamiento del consumidor 4. Competencia económica

658.8 A69

13

Armstrong, Gary (Gary M.)

Marketing : an introduction / Gary Armstrong, Philip Kotler. -- Fifth edition. -- New Jersey : Prentice Hall, 2000.

1 v. en varias paginaciones : il. col. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing 2. Planificación estratégica I. Kotler, Philip

658.8 A74 2000

14

Arotoma C., Sixto.

Marketing básico : un enfoque estratégico y de competitividad / Sixto Arotoma Cacñahuaray ; prólogo de Claudio Rama Vitale. -- [Lima] : Mercantil Ayacucho, 2009.

xviii, 330 p. : il. ; 21 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p.267-272).

1. Marketing I. Rama Vitale, Claudio

658.8 A76

15

Baena Gracia, Verónica.

Marketing directo : un enfoque práctico / Verónica Baena Gracia. -- Sevilla : Wanceulen, 2009.

108 p. : il. ; 24 cm.

Bibliografía: p. 106-107.

1. Marketing directo

658.8 B15

16

Beckwith, Harry, 1949-

[Selling the invisible. Español]

Venda lo invisible : la mercadotecnia de los servicios intangibles / Harry Beckwith. -- México, D.F. : Prentice Hall Hispanoamericana, 1998.

xxi, 158 p. ; 23 cm.

1. Marketing de servicios 2. Industrias de servicios 3. Servicio al cliente

658.804 B34

17

Bilancio, Guillermo.

Marketing : el valor de provocar / Guillermo Bilancio. -- Buenos Aires : Pearson Educación, 2001.

xviii, 160 p. : il. ; 23 cm.

1. Marketing 2. Aptitud creadora 3. Planificación estratégica

658.802 B55

18

Braidot, Néstor P.

Marketing total / Nestor P. Braidot. -- 5a edición ampliada. -- Buenos Aires : Ediciones Macchi, 1996.

xix, 423 p. : il. ; 22 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 405-423).

Contenido: Definición, fundamentos y delimitación de la estrategia de marketing --Plan operativo de marketing.

1. Marketing 2. Análisis de mercado 3. Planificación estratégica

658.8 B81 1996

19

Cabal Sanclemente, Jaime Alberto.

Mercadeo social / elaborado por Jaime Alberto Cabal Sanclemente. -- Cali : Instituto Fes de Liderazgo, 1991.

76 p. : diagrs. ; 21 cm. -- (Programa de gerencia social ; 2)

Bibliografía: p. 57-58.

1. Marketing social 2. Organizaciones sin ánimo de lucro 3. Análisis de mercado
658.804 C12

20

Calkins, Tim.

Breakthrough marketing plans : how to stop wasting time and start driving growth / Tim Calkins. –
New York, NY : Palgrave Macmillan, 2008.

xi, 172 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencia bibliográfica (p. [163]-166) e índice.

1. Marketing--Planificación

658.802 C23

21

Cariola, Oscar.

Marketing industrial : con aplicaciones a transportes, Internet e ingeniería / Oscar Cariola. – Buenos
Aires : Ugerman Editor, 2001.

423 p. : diagrs. ; 21 cm. -- (Marketing específico)

Subtítulo de la cubierta.

Bibliografía: p. 421-423.

1. Marketing industrial 2. Logística empresarial--Estudio de casos 3. Marketing en Internet
4. Productos nuevos

658.804 C29

22

Casos de dirección de marketing / coordinadoras Encarnación González Vázquez, Elisa Alén
González. – Madrid : Pearson Educación, 2006.

x, 248 p. : il., diagrs. ; 25 cm. + 1 CD-ROM.

El CD contiene 65 casos prácticos de dirección de marketing.

Incluye referencias bibliográficas.

1. Marketing--Administración--Estudio de casos 2. Análisis de mercado 3. Planificación estratégica
I. González Vázquez, Encarnación II. Alén González, María Elisa

658.802 C

23

Casos de mercadotecnia aplicados a la realidad peruana / Gina Pipoli de Butrón, compiladora. –
Lima: Universidad del Pacífico, Centro de Investigación, 1992.

72 p. : diagrs. ; 21 cm. -- (Apuntes de estudio ; n° 10)

Contenido: Casos: Panadería "Pancito". Compañía de champú "Pelusa S.A.". Ampliación del
negocio de la familia Long. Compañía "Jarra Fácil S.A.".

1. Marketing--Perú--Estudio de casos I. Pipoli de Azambuja, Gina II. Universidad del Pacífico
(Lima) 658.8 C

24

Casos de mercadotecnia aplicados a la realidad peruana / Gina Pipoli de Butrón, compilador. – Lima:
Universidad del Pacífico, Centro de Investigación, 2002.

287 p.: diagrs. ; 20 cm. -- (Apuntes de estudio; n° 46)

"Tomo III".

Contenido: La dirección de marketing -- Oportunidades de mercadotecnia – Análisis del mercado y el comportamiento del consumidor -- Desarrollo de estrategias de mercadotecnia.

1. Marketing--Perú--Estudio de casos I. Pipoli de Azambuja, Gina II. Universidad del Pacífico (Lima) 658.8 C 2002

25

Céspedes Sáenz, Alberto.

Principios de mercadeo / Alberto Céspedes Sáenz. -- 5a ed. -- Bogotá : Ecoe Ediciones, 2008.
407 p. : il. ; 24 cm.

1. Marketing 2. Segmentacion del mercado
658.8 C48

26

Chapman, Randall G.

Brandmaps TM : the competitive marketing strategy game / Randall G.Chapman. -- Fourth edition.
-- Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall, 1997.
xv, 196 p. : il. ; 28 cm.

Incluye índice.

1. Simulación por computadoras--Marketing 2. Administración de productos--Simulación por computadoras 3. Programas para computadora--Marketing 4. Administración de productos--Programas para computadora
658.800285 C523 1997

27

Churchill, Gilbert A.

Marketing : creating value for customers / Gilbert A. Churchill, Jr., J. Paul Peter. -- Second edition. --
- Boston : Irwin/McGraw-Hill, 1998.

xxiv, 630 p. : il. col. ; 28 cm. -- (The Irwin series in marketing)

Incluye referencias bibliográficas (p. [587]-603) e índice.

1. Marketing 2. Planificación estratégica 3. Análisis de Mercado 4. Comportamiento del consumidor
I. Peter, J. Paul
658.8 C578 1998

28

Clancy, Kevin J., 1942-

[Counterintuitive marketing: achieve great results using uncommon sense. Español]

Marketing, no intuición : alcance resultados extraordinarios usando el sentido no común / Kevin J. Clancy, Peter C. Krieg. -- Buenos Aires : Vergara Grupo Zeta, 2004.

394 p. : digras. ; 24 cm. -- (Business)

1. Marketing 2. Marketing--Toma de decisiones I. Krieg, Peter C., 1951-
658.8 C68M

29

Clancy, Kevin J., 1942-

[Marketing myths that are killing business. Español]

Mitos del marketing que están matando a los negocios : ¡no siga creyendo en ellos! / Kevin J. Clancy, Robert S. Shulman. -- México, D.F. : McGraw-Hill, 1994.

xxxiv, 341 p. : il. ; 23 cm.

Desarrolla 172 mitos sobre el marketing.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing I. Shulman, Robert S., 1951-
658.8 C68

30

Cobra, Marcos, 1940-

[Marketing de servicios: conceptos e estrategias. Español]

Marketing de servicios : conceptos y estrategias / Marcos Henrique Nogueira Cobra, Flavio Arnaldo Zwarg. -- Bogotá : McGraw-Hill, 1991.

279 p. : diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

1. Marketing de servicios--Brasil--Estudio de casos 2. Segmentación del mercado 3. Industrias de servicios 4. Planificación estratégica I. Zwarg, Flavio Arnaldo
658.804 C72

31

Cohen, William A., 1937-

The marketing plan / William A. Cohen. -- New York: John Wiley & Sons, 1995.

318 p : il., diagrs. ; 28 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing—Administración 2. Planificación estratégica
658.802 C73

32

Conley, Chip.

Por un marketing responsable: ideas para mejorar su negocio y cambiar el mundo / Chip Conley, Eric Friedenwald-Fishman. -- Barcelona : Deusto, 2007.

178 p. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

1. Marketing 2. Responsabilidad social de la empresa 3. Relaciones con los clientes I. Friedenwald-Fishman, Eric, 1966-
658.8 C76

33

Cowell, Donald W.

[The marketing of services. Español]

Mercadeo de servicios : un nuevo enfoque: del operativo al perceptivo / Donald W. Cowell. -- Bogotá : Legis, 1991.

xii, 354 p. : il. ; 23 cm. -- (Serie empresarial)

Incluye referencias bibliográficas (p. 338-348) e índice.

1. Marketing de servicios 2. Industrias de servicios--Marketing
658.804 C86

34

Cutropía Fernández, Carlo.

El plan de marketing : cómo elaborarlo con ayuda informática / Carlo Cutropía Fernández. -- 3a edición revisada. -- Madrid : ESIC, 2000.

333 p. : il. ; 24 cm.

Aplicación de PMK Manager Versión 1.2 (Ene'97)

Incluye referencias bibliográficas (p. [331]-333).

1. Marketing--Planificación--Procesamiento de datos 2. Marketing—Administración 3. Análisis de mercado

658.802 C97 2000

35

Cutropía Fernández, Carlo.

Plan de marketing : paso a paso / Carlo Cutropía Fernández. -- Madrid : ESIC, 2003.

175 p. : il. ; 24 cm. + 1 CD-ROM.

Bibliografía: p. [173]-175.

1. Marketing--Planificación—Manuales 2. Marketing—Metodología 3. Análisis de mercado

658.802 C97P

36

Cyr, Donald G.

[Marketing your product. Español]

Marketing en la pequeña y mediana empresa / Donald Cyr & Douglas Gray. -- Bogotá : Norma, 2004.

318 p. ; 23 cm. -- (Pymes)

"Explica como una empresa puede conseguir un nicho para su producto en el actual entorno de consumo competitivo. Describe que impulsa a los clientes a comprar, la manera en que los productos satisfacen esos impulsos, los métodos para informar a los clientes sobre su producto y los pasos que se deben seguir para ponerlo al alcance de los consumidores"--Cubierta posterior.

Glosario: p. [313]-318.

1. Marketing--Planificación 2. Pequeñas y medianas empresas--Marketing 3. Productos nuevos--Marketing I. Gray, Douglas A.

658.802 G78 2004

37

Czinkota, Michael R.

[Marketing management. Español]

Administración de la mercadotecnia / Michael R. Czinkota, Masaaki Kotabe. -- Segunda edición. -- México, D.F. : Thomson Learning, 2001.

xxv, 600 p. : il., diagrs. ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing--Administración 2. Marketing--Estudio de casos I. Kotabe, Masaaki

658.8 C99A 2001

38

Czinkota, Michael R.

Marketing management : text and cases / Michael R. Czinkota, Masaaki Kotabe, David Mercer. -- Massachusetts : Blackwell Business, 1997.

xxii, 675 p. : il., diagrs. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing--Administración--Estudio de casos I. Kotabe, Masaaki II. Mercer, David (David Stuart)

658.8 C99

39

D'Andrea, Guillermo.

[Cases in strategic marketing management: business strategies in Latin America. Español]
Marketing estratégico en Latinoamérica: casos de estudio / Guillermo D'Andrea, John Quelch.--
Buenos Aires : Prentice-Hall: Pearson Educación, 2001.

xiii, 344 p. : il. ; 23 cm.

Incluye índice.

1. Marketing--América Latina--Administración--Estudio de Casos 2. Planificación estratégica--
América Latina--Marketing I. Quelch, John A.

658.802 D11

40

Day, George S.

Market driven strategy : processes for creating value / George S. Day. -- New York : The Free
Press, 1999.

xix, 405 p. : il. ; 24 cm.

"With a new introduction"--Cubierta.

Incluye referencias bibliográficas (p. 377-394) e índice.

1. Marketing--Administración 2. Planificación estratégica

658.802 D33

41

Delgado Ballester, Elena.

Marketing : fundamentos científicos y empresariales / Elena Delgado Ballester, Miguel Hernández
Espallardo, Héctor Augusto Rodríguez Orejuela. -- Bogotá : Ecoe Ediciones, 2009.

184 p.: il. ; 24 cm.

Bibliografía: p. [167]-184.

1. Marketing I. Rodríguez Orejuela, Héctor Augusto II. Hernández Espallardo, Miguel

658.8 D53

42

Dirección de marketing y ventas / coordinador general, Bruno PujolBengoechea. -- Edición 2002. --
Madrid : Cultural de Ediciones, 2002.

3 v : il., diagrs. ; 27 cm.

Contenido: v.1. Marketing estratégico, investigación de mercados, política de precios, productos y
distribución -- v.2. Marketing directo, segmentación, logística, planificación, estrategias, decisiones
y formación -- v.3. Dirección, planificación y organización de ventas, formación y motivación de
vendedores, técnicas y clases de ventas, merchandising.

1. Marketing--Administración 2. Segmentación del mercado 3. Administración de ventas 4.
Promoción de ventas

658.8 D

43

Does marketing need reform? : fresh perspectives on the future / Jagdish N. Sheth, Rajendra S.
Sisodia, editors. -- New York : M.E. Sharpe, 2006.

vii, 352 p. : il. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing I. Sheth, Jagdish N. II. Sisodia, Rajendra

658.8 D6

44

Dvoskin, Roberto

Fundamentos de marketing : teoría y experiencia / Roberto Dvoskin. -- Buenos Aires : Granica, 2004.

445 p: il. ; 23 cm. -- (Colección master)

Bibliografía: p. [441]-445.

1. Marketing--Administración 2. Análisis de mercado 3. Comportamiento del consumidor
658.8 D98

45

Dwyer, F. Robert.

[Business marketing: connecting strategy, relationships, and learning.Español]

Marketing industrial : conexión entre la estrategia, las relaciones y el aprendizaje / F. Robert Dwyer, John F. Tanner, Jr. -- Tercera edición. -- México, D.F. : McGraw-Hill, 2007.

xxvii, 682 p. : il., diagrs. ; 27 cm.

Glosario: p. [638]-651.

Incluye referencias bibliográficas (p. [652]-660) e índice.

Contenido: Mercados de empresas y marketing entre empresas -- Fundamentos para la creación de valor -- Programación del marketing entre empresas -- Los programas administrativos y los clientes.

1. Marketing industrial 2. Planificación estratégica 3. Relaciones con los clientes I. Tanner, John F.
658.804 D98 2007

46

Earle, Richard, 1932-

The art of cause marketing: how to use advertising to change personal behavior and public policy / Richard Earle. -- Illinois: NTC Business Books, 2000.

xii, 322 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 305) e índice.

1. Marketing social 2. Comportamiento del consumidor
658.804 E11

47

Escribano Ruiz, Gabriel.

Políticas de marketing / Gabriel Escribano Ruiz, Milagros Fuentes Merino, Javier Alcaraz Criado. -- Madrid : Thomson : Paraninfo, 2006.

xiv, 345 p : il., diagrs. ; 30 cm. -- (Comercio y marketing)

Incluye más de 300 test de marketing.

1. Marketing 2. Planificación estratégica 3. Análisis de mercado 4. Canales de comercialización 4. Política de precios I. Fuentes Merino, Milagros II. Alcaraz, Julián F.
658.802 E78

48

La esencia del marketing / selección de Robert J. Dolan. -- Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1995.
2 v. : il. ; 23 cm.

"Selección de artículos de grandes pensadores contemporáneos: Shapiro, Levitt, Ohmae, Kotler, Bonoma, Prahalad y otros".

Incluye referencias bibliográficas.

Contenido: v.1. Estrategia -- v.2. Plan de acción.

1. Marketing--Administración 2. Planificación estratégica I. Dolan, Robert J.

658.802 E V.1 / 658.802 E V.2

49

Etzel, Michael J.

Marketing / Michael J. Etzel, Bruce J. Walker, William J. Stanton. -- 14th edition. -- Boston : McGraw-Hill, 2007.

xxii, 706 p. : il. col. ; 27 cm. + 1 CD-ROM

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: The nature and scope of marketing -- Identifying and selecting markets -- Product -- Price -- Distribution -- Promotion -- Managing the marketing effort.

1. Marketing I. Walker, Bruce J. II. Stanton, William J.

658.8 E94 2007

50

Etzel, Michael J.

Marketing / Michael J. Etzel, Bruce J. Walker, William J. Stanton. -- 13th edition. -- Boston : McGraw-Hill, 2004.

xxi, 650, [59] p. : il. col ; 27 cm. + 1 CD-ROM

Incluye referencias bibliográficas e índices.

Contenido: The nature and scope of marketing -- Identifying and selecting markets -- Product -- Price -- Distribution -- Promotion -- Managing the marketing effort.

1. Marketing I. Walker, Bruce J. II. Stanton, William J.

658.8 E94 2004

51

Fernández Valíñas, Ricardo.

Manual para elaborar un plan de mercadotecnia: un enfoque latinoamericano / Ricardo Fernández Valíñas. -- 2a ed. -- México, D.F. : ECAFSA: Thomson Learning, 2001.

256 p. : diagrs. ; 22 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [253]-256).

1. Marketing--América Latina—Planificación--Manuales 2. Marketing--América Latina--Administración--Manuales

658.802 F42M 2001

52

Fernández Valíñas, Ricardo.

Segmentación de mercados / Ricardo Fernández Valíñas. -- Segunda edición. -- México, D. F. : Thomson Learning, 2002.

xvi, 192 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Segmentación del mercado 2. Análisis de mercado

658.802 F42 2002

53

Ferré Trezano, José María.

101 estrategias de negocios y de marketing : las mejores estrategias para alcanzar el éxito empresarial en épocas turbulentas y competitivas / José María Ferré Trezano. – Bilbao : Ediciones Deusto, 2002.

591 p.: il. ; 24 cm.

1. Planificación estratégica--Marketing 2. Marketing--Administración 3. Competencia económica
658.802 F433

54

Ferrell, O. C.

[Marketing strategy. Español]

Estrategia de marketing / O. C. Ferrell, Michael D. Hartline. -- Tercera edición. -- México, D.F. : Thomson, 2006.

xx, 628 p. : diagrs. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 605-616) e índice.

1. Marketing--Administración--Estudio de casos 2. Planificación estratégica 3. Segmentación del mercado I. Hartline, Michael D.

658.802 F43 2006

55

Ferrell, O. C.

[Marketing strategy. Español]

Estrategía de marketing / O. C. Ferrell, Michael D. Hartline, George H. Lucas, Jr. -- Segunda edición. -- México, D.F. : Thomson, 2002.

xxiv, 463 p. : diagrs. , 26 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 451-456) e índice.

1. Marketing--Administración--Estudio de casos 2. Planificación estratégica 3. Segmentación del mercado I. Hartline, Michael D. II. Lucas, George H.

658.802 F43 2002

56

Fischer Rossi, Konrad

Lecturas y casos escogidos de marketing / Konrad Fischer-Rossi. – Lima : ESAN Ediciones, 1996.

xv, 268 p. : il., diagrs. ; 23 cm.

1. Marketing--Estudio de casos 2. Marketing--Perú 3. Marketing--América Latina I. Escuela de Administración de Negocios para Graduados (Lima)

658.8 F54

57

Forsyth, Patrick.

Marketing : las herramientas más novedosas / por Patrick Forsyth. – Lima : Producciones Cantabria, 2010.

205 p. : il. ; 22 cm. -- (The economist) (Nueva economía)

1. Marketing

658.8 F75

58

Fundación Empresa y Sociedad.

Marketing con causa: cómo añadir valor a las marcas vinculándolas a proyectos sociales / Fundación Empresa y Sociedad. – Madrid : Fundación Empresa y Sociedad, 1999.

100 p.: il. ; 29 cm.

Bibliografía: p. 99.

1. Marketing social 2. Responsabilidad social de la empresa--Estudio de casos 3. Marcas de empresas

658.804 M

59

Giraldo Jara, Demetrio.

Fundamentos de marketing empresarial en la nueva economía : teoría y práctica, casos prácticos resueltos de proyectos de marketing mix / Demetrio Giraldo Jara. Lima : Escuela de Formación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales, 2006.

368 p. : il., diagrs. ; 22 cm.

1. Marketing--Administración--Estudio de casos II. Escuela de Formación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales (Lima)

658.8 G49

60

Godin, Seth.

Helado de albóndiga : cuidado con el nuevo marketing / Seth Godin ; traducción, Esperanza Meléndez. – Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2009.

xxiv, 247 p. : il. ; 23 cm.

1. Marketing 2. Administración de mercadeo 3. Marketing--Aspectos sociales I. Meléndez, Esperanza

658.8

G56

61

Gorchels, Linda.

The product manager's handbook / by Linda Gorchels. -- Fourth edition. -- New York : McGraw-Hill, c2012.

viii, 392 p. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 373-379) e índice.

1. Administración de productos 2. Productos nuevos--Marketing

658.8 G74 2012

62

Grande Esteban, Ildefonso.

Marketing de los servicios / Ildefonso Grande Esteban. -- 4a ed. rev. y actualizada -- Madrid : ESIC, 2005.

399 p.: il., diagrs. ; 24 cm.

Bibliografía: p. 389-399.

1. Marketing de servicios 2. Planificación estratégica 3. Comportamiento del consumidor

658.804 G77

63

Grande Esteban, Ildefonso.

Marketing de los servicios sociales / Ildefonso Grande Esteban. – Madrid : Editorial Síntesis, 2002. 205 p.: diagrs. ; 23 cm. -- (Análisis e intervención social ; 4)

Bibliografía: p. [207].

Contenido: Marketing y servicios sociales -- Principios de marketing de organización para los servicios sociales -- Planificación estratégica de las organizaciones de servicios sociales -- El comportamiento del consumidor de servicios sociales -- Mix de marketing de los servicios sociales - - La calidad de los servicios sociales.

1. Marketing social 2. Programas sociales—Marketing 3. Industrias de servicios 4. Comportamiento del consumidor

658.804 G78

64

Gray, Douglas A.

[Marketing your product. Español]

Marketing de productos : una guía de planificación para pequeñas empresas / Douglas A. Gray y Donald G. Cyr. – Barcelona : Cuadernos Granica, 1998.

140 p.; 24 cm. -- (Management)

Bibliografía: p. 139-140.

1. Marketing--Planificación 2. Pequeñas y medianas empresas--Marketing 3. Productos nuevos--Marketing I. Cyr, Donald G.

658.802 G78

65

Grewal, Dhruv.

Marketing / Dhruv Grewal, Michael Levy. – Boston: McGraw-Hill Irwin, 2008. 1 v. en varias paginaciones : il. col. ; 26 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing I. Levy, Michael, 1950-

658.8 G799

66

Guiltinan, Joseph P.

[Marketing management strategies and programs. Español]

Administración de marketing : estrategias y programas / Joseph P. Guiltinan, Gordon W. Paul. -- Quinta edición. -- Santafé de Bogotá : McGraw-Hill, 1994.

xxi, 576 p. : il., diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing--Administración I. Paul, Gordon W.

658.8 G91A 1994

67

Guiltinan, Joseph P.

[Marketing management: strategies and programs. Español]

Gerencia de marketing: estrategias y programas / Joseph P. Guiltinan, Gordon W. Paul, Thomas J. Madden. -- Sexta edición. -- Santafé de Bogotá, D.C. : McGraw-Hill, 1998.

xv, 470 p. : diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: Perspectivas administrativas sobre marketing -- Análisis de la situación -- Estrategias y programas de marketing -- Coordinación y control.

1. Marketing--Administración I. Paul, Gordon W. II. Madden, Thomas J.
658.8 G91G 1998

68

Hartley, Robert F., 1927-

Marketing mistakes / Robert F. Hartley. -- Sixth edition. -- New York : John Wiley & Sons, 1995.
x, 366 p. : diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

1. Marketing--Estados Unidos--Estudio de casos
658.8 H22 1995

69

Hill, Sam, 1953-

[Radical marketing. Español]

Marketing radical : desde Harvard hasta Harley-Davidson, lecciones de diez organizaciones que rompieron las reglas y triunfaron en grande / Sam Hill y Glenn Rifkin. -- Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1999.

xviii, 392 p. ; 23 cm.

1. Marketing--Administración--Estudio de casos 2. Marketing—Planificación 3. Análisis de mercado
4. Éxito en los negocios I. Rifkin, Glenn
658.802 H54

70

Hoffman, K. Douglas.

[Essentials of services marketing. Español]

Fundamentos de marketing de servicios : conceptos, estrategias y casos / K. Douglas Hoffman, John E.G. Bateson. -- Segunda edición. -- México, D.F. : Thomson, 2002.

xxi, 569 p. : il. ; 25 cm. -- (Económico administrativas)

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing de servicios 2. Industrias de servicios—Marketing 3. Servicio al cliente I. Bates, Robert H.
658.804 H66 2002

71

Hoffman, K. Douglas.

Essentials of services marketing / K. Douglas Hoffman, John E. G. Bateson. -- Fort Worth, Texas : The Dryden Press, 1997.

xxi, 505 p. : il. ; 24 cm. -- (The Dryden Press series in marketing)

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing de servicios--Evaluación--Estudio de casos 2. Industrias de servicios 3. Satisfacción del cliente I. Bates, Robert H.
658.804 H66

72

Hunt, Shelby D.

Controversy in marketing theory : for reason, realism, truth and objectivity / Shelby D. Hunt. -- New York: M. E. Sharpe, 2003.

xiv, 344 p. : diagrs. ; 24 cm.
Incluye referencias bibliográficas (p. 311-329) e índice.
1. Marketing 2. Marketing--Filosofía
658.8001 H94C

73

Hunt, Shelby D.

Foundations of marketing theory : toward a general theory of marketing / Shelby D. Hunt. -- New York: M. E. Sharpe, 2002.

xv, 323 p. : diagrs. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 289-308) e índice.

1. Marketing

658.8001 H94

74

Ibarra Valdés, David.

¿Cómo le hago para vender más? : mercadotecnia en 6 pasos / David Ibarra Valdés. -- México, D.F. : Limusa, 2002.

193 p. : diagrs. ; 23 cm.

Bibliografía: p. 193.

1. Segmentación del mercado 2. Análisis de mercado 3. Canales de comercialización

658.802 I24

75

Iniesta, Lorenzo.

Manual del consultor de marketing: cómo tomar decisiones sobre productos y servicios / Lorenzo Iniesta, Isabel Iniesta. -- 3a edición. -- Barcelona : Profit, 2010.

162 p. ; 23 cm.

"Breve vocabulario de marketing": p.169-203.

Incluye bibliografía.

1. Marketing--Manuales 2. Asesores de empresas I. Iniesta, Isabel

658.8 I54

76

Johansson, Johny K.

[Relentless : the Japanese way of marketing. Español]

Implacable : ahora sí, por fin, la manera japonesa de hacer marketing / Johny K. Johansson, Ikujiro Nonaka. -- Bogotá : Norma, 1997.

xxiii, 269 p. : diagrs. ; 23 cm.

Glosario: p. 265-266.

Incluye referencias bibliográficas (p. 251-263).

Contenido: Rompiendo el molde -- Estrategas intuitivos -- Cómo hacer las cosas.

1. Marketing--Japón 2. Planificación estratégica 3. Mercado de exportación--Japón I. Nonaka, Ikujiro, 1935-

658.802 J67

77

Kerin, Roger A.

Marketing / Roger A. Kerin, Eric N. Berkowitz, Steven W. Hartley, William Rudelius. -- 7th edition. -- Boston: McGraw-Hill/Irwin, 2003.

xliii, 741 p. : il. col.; 27 cm. + 1 CD-ROM

Glosario: p. 663-681.

Incluye referencias bibliográficas (p. 682-710) e índices.

Contenido: Initiating the marketing process -- Understanding buyers and markets -- Targeting marketing opportunities -- Satisfying marketing opportunities -- Managing the marketing process.

1. Marketing 2. Análisis de Mercado I. Berkowitz, Eric N. II. Hartley, Steven William III. Rudelius, William

658.8 K44 2003

78

Kerin, Roger A.

Marketing : the core / Roger A. Kerin, Steven W. Hartley, William Rudelius. -- Boston: McGraw-Hill/Irwin, 2004.

1 v. en varias paginaciones: il. col.; 27 cm. -- (McGraw-Hill/Irwin series in marketing)

Incluye referencias bibliográficas e índices.

Contenido: Initiating the marketing process -- Understanding buyers and markets -- Targeting marketing opportunities -- Satisfying marketing opportunities.

1. Marketing I. Hartley, Steven William II. Rudelius, William

658.8 K44M

79

Kim, W. Chan.

Blue ocean strategy : how to create uncontested market space and make the competition irrelevant / W. Chan Kim, Renée Mauborgne. -- Boston : Harvard Business School Press, c2005.

xv, 240 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [223]-229) e índice.

1. Marketing 2. Segmentación del mercado 3. Productos nuevos I. Mauborgne, Renée

658.802 K55

80

Kim, W. Chan.

[Blue ocean strategy: how to create uncontested market space and make the competition irrelevant. Español]

La estrategia del océano azul : cómo desarrollar un nuevo mercado donde la competencia no tiene ninguna importancia / W. Chan Kim W., Renée Mauborgne. -- Reimpr., 2010. -- Bogotá : Norma, 2005.

332 p. : il. ; 23 cm.

Bibliografía: p. [321]-326.

1. Marketing 2. Segmentación del mercado 3. Productos nuevos I. Mauborgne, Renée

658.8 K55 2005

81

Kotler, Philip.

According to Kotler : the world's foremost authority on marketing answers your questions / Philip Kotler. -- New York: AMACOM, 2005.

xxii, 168 p. ; 23 cm.

Incluye índice.

1. Marketing--Preguntas y respuestas 2. Planificación estratégica

658.8 K77A

82

Kotler, Philip.

[Marketing management. Español]

Dirección de marketing / Philip Kotler, Kevin Lane Keller. -- Duodécima edición. -- México, D.F. : Pearson Educación, 2006.

1 v. en varias paginaciones : il. ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing--Administración I. Keller, Kevin Lane, 1956-

658.8 K77D 2006

83

Kotler, Philip.

[Marketing management. Español]

Dirección de marketing / Philip Kotler, Dionisio Cámara, Ildefonso Grande, Ignacio Cruz. -- Edición del milenio. -- Madrid : Pearson Educación, 2000.

xxxiv, 813 p. : il. ; 25 cm.

Publicada como la edición del milenio.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: La dirección de marketing -- Análisis de las oportunidades de marketing -- El desarrollo de las estrategias de marketing -- La toma de decisiones de marketing -- Dirección y distribución de programas de marketing.

1. Marketing--Administración 2. Planificación estratégica I. Cámara, Dionisio II. Grande Esteban, Ildefonso III. Cruz Roche, Ignacio

658.8 K77D 2000

84

Kotler, Philip.

[A framework for marketing management. Español]

Dirección de marketing : conceptos esenciales / Philip Kotler. -- México, D.F.: Pearson Educación, 2002.

xvi, 351 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: La esencia de la dirección de marketing -- Análisis de oportunidades de marketing -- Toma de decisiones de marketing -- Administración y entrega de programas de marketing.

1. Marketing—Administración

658.8 K77D4

85

Kotler, Philip.

A framework for marketing management / Philip Kotler. -- Second edition. -- Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, 2003.

xx, 363 p. : diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing--Administración
658.8 K77F7 2003

86

Kotler, Philip.

[Marketing: an introduction. Español]

Fundamentos de marketing / Philip Kotler, Gary Armstrong. -- Sexta edición. -- México, D.F. : Pearson Educación, 2003.

1 v. en varias paginaciones: il. ; 25 cm. + 1 CD-ROM

Anteriormente con el título: Fundamentos de mercadotecnia.

El CD presenta episodios de marketing de empresas ficticias y ejercicios interactivos enfocados a desarrollar nuevas estrategias de marketing.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

Contenido: Fundamentos de marketing y del proceso de marketing -- Evaluación de oportunidades en un entorno de marketing dinámico -- Desarrollo de la estrategia de marketing y la mezcla de marketing -- Extensión del marketing.

1. Marketing I. Armstrong, Gary (Gary M.)

658.8 K77F 2003

87

Kotler, Philip

[Marketing: an introduction. Español]

Fundamentos de mercadotecnia / Philip Kotler, Gary Armstrong. -- Cuarta edición. -- México, D.F. : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1998.

1 v. en varias paginaciones: il. col. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing 2. Análisis de Mercado I. Armstrong, Gary (Gary M.)

658.8 K77F 1998

88

Kotler, Philip.

[Principles de marketing. Español]

Marketing / Philip Kotler, Gary Armstrong. -- Octava edición. -- México, D.F. : Pearson Educación, 2001.

1 v. en varias paginaciones : il. ; 27 cm. + 1 CD-ROM

Edición adaptada para Latinoamérica.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

1. Marketing 2. Marketing--América Latina--Estudio de casos I. Armstrong, Gary (Gary M.)

658.8 K77M7 2001

89

Kotler, Philip.

[Principles de marketing. Español]

Marketing / Philip Kotler, Gary Armstrong, Dionisio Cámara Ibañez, Ignacio Cruz Roche. -- Décima edición. -- Madrid : Pearson Educación, 2004.

xxvii, 758 p. : il. ; 27 cm.

1. Marketing--Administración 2. Marketing--Estudio de casos I. Armstrong, Gary (Gary M.) II. Cámara, Dionisio III. Cruz Roche, Ignacio

658.8 K77M7 2004

90

Kotler, Philip.

Marketing 3.0 / Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. – Madrid: LID, 2011. 221 p.: il. ; 22 cm. -- (Acción empresarial)

"... desvela cómo las empresas más influyentes atraen a sus clientes a través de un marketing basado en valores"--Cubierta.

Incluye referencias bibliográficas (p. 209-221).

1. Marketing I. Kartajaya, Hermawan, 1947- II. Setiawan, Iwan.

658.8 K77M

91

Kotler, Philip.

Marketing 3.0 : from products to customers to the human spirit / Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. -- Hoboken, N.J. : Wiley, c2010.

xv, 188 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: Welcome to marketing 3.0 -- Future model for marketing 3.0 – Marketing the mission to the consumers -- Marketing the value to the channel partners -- Marketing the vision to the shareholders – Delivering socio-cultural transformations -- Creating emerging market entrepreneurs -- Striving for environmental sustainability.

1. Marketing I. Kartajaya, Hermawan, 1947- II. Setiawan, Iwan.

658.8 K77

92

Kotler, Philip.

[Lateral marketing. Español]

Marketing lateral : nuevas técnicas para encontrar las ideas más rompedoras / Philip Kotler y Fernando Trías de Bes ; prólogo de Carlos Losada. – Madrid : Pearson: Prentice Hall, 2004.

xx, 208 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing--Administración--Estudio de casos I. Trias de Bes, Fernando, 1967-

658.802 K77M1

93

Kotler, Philip.

Marketing management / Philip Kotler. -- Eleventh edition. -- New Jersey : Prentice Hall, 2003.

xxix, 706, [30] p. : il. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice

1. Marketing—Administración 2. Planificación estratégica

658.8 K77M1 2003

94

Kotler, Philip.

Marketing management / Philip Kotler, Kevin Lane Keller. -- 14th [ed.]. -- Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall, c2012.

xxii, 657, [127] p. : col. il. ; 29 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: Understanding marketing management -- Defining marketing for the 21st century -- Developing marketing strategies and plans – Capturing marketing insights -- Collecting information

and forecasting demand -- Conducting marketing research -- Connecting with customers -- Creating long-term loyalty relationships -- Analyzing consumer markets.

1. Marketing--Administración 2. Planificación estratégica I. Keller, Kevin Lane, 1956-658.8 K77M1 2012

95

Kotler, Philip

[Marketing moves: a new approach to profit, growth, and renewal. Español]

El marketing se mueve: una nueva aproximación a los beneficios, el crecimiento y la renovación / Philip Kotler, Dipak C. Jain, Suvit Maesincee. -- Barcelona : Paidós, 2002.

227 p. : diagrs. ; 22 cm. -- (Paidós empresa ; 95)

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: Redefinición del marketing para la economía digital -- Creación de plataformas competitivas.

1. Marketing--Administración 2. Marketing en Internet 3. Telemarketing I. Jain, D. (Dipak) II. Suvit Maesincee, 1961-

658.802 K77M

96

Kotler, Philip.

[Kotler on marketing: how to create, win, and dominate markets. Español]

El marketing según Kotler : cómo crear, ganar y dominar los mercados / Philip Kotler. -- Buenos Aires : Paidós, 1999.

303 p. ; 21 cm. -- (Paidós empresa ; 67)

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: Marketing estratégico -- Marketing táctico -- Marketing administrativo-- Marketing transformativo.

1. Marketing 2. Planificación estratégica

658.802 K77

97

Kotler, Philip.

[Principles de marketing. Español]

Marketing: versión para Latinoamérica / Philip Kotler, Gary Armstrong. -- Decimoprimer edición. -- México, D.F. : Pearson Educación, 2007.

1 v. en varias paginaciones : il. ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

1. Marketing--América Latina--Estudio de casos I. Armstrong, Gary (Gary M.)

658.8 K77M7 2007

98

Kotler, Philip.

[Principles of marketing. Español]

Mercadotecnia / Philip Kotler. -- Tercera edición. -- México, D.F. : Prentice-Hall, 1989.

xxii, 745 p. : il. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing

658.8 K77M3 1989

99

Kotler, Philip.

[According to Kotler: the world's foremost authority on marketing answers your questions. Español]
Las preguntas más frecuentes sobre marketing /cPhilip Kotler. – Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2005.

xii, 228 p. ; 23 cm.

1. Marketing--Preguntas y respuestas

658.8 K77P7

100

Kotler, Philip.

Principles of marketing / Philip Kotler, Gary Armstrong. -- Seventh edition. -- New Jersey : Prentice Hall, 1996.

xviii, 712, [49] p. : il. col. ; 28 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing I. Armstrong, Gary (Gary M.)

658.8 K77P 1996

101

Kotler, Philip.

Principles of marketing / Philip Kotler, Gary Armstrong. -- Ninth edition. -- New Jersey: Prentice Hall, 2001.

xxxi, 785, [55] p. : il. col.; 28 cm. + 1 CD-ROM

Incluye referencias bibliográficas e índices.

1. Marketing I. Armstrong, Gary (Gary M.)

658.8 K77P 2001

102

Kotler, Philip.

Principles of marketing / Philip Kotler, Gary Armstrong. -- Tenth edition. -- Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall, 2004.

1 v. en varias paginaciones: il. col.; 28 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

1. Marketing I. Armstrong, Gary (Gary M.)

658.8 K77P 2004

103

Kotler, Philip.

Social marketing : improving the quality of life / Philip Kotler, Ned Roberto, Nancy Lee. -- Second edition. -- California : Sage Publications, 2002.

xvi, 438 p. : il., diags. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

Contenido: Understanding social marketing -- Analyzing the social marketing environment -- Establishing target audiences, objectives, goals -- Developing social marketing strategies -- Managing social marketing programs.

1. Marketing social 2. Programas sociales--Marketing 3. Modificación de la conducta I. Roberto, Ned II. Lee, Nancy, 1932-

658.804 K77

104

Lamb, Charles W.

Marketing / Charles W. Lamb, Jr., Joseph F. Hair, Jr., Carl McDaniel. -- Cuarta edición. -- México, D.F. : International Thomson Editores, c1998.

xvii, 693 p. : il. ; 27 cm.

Glosario: p. 640-652.

Incluye referencias bibliográficas (p. 653-668) e índice.

Contenido: El mundo de la mercadotecnia -- Análisis de las oportunidades en mercadotecnia -- Decisiones de productos -- Decisiones de distribución -- Comunicación integral de la mercadotecnia -- Decisiones de precios.

1. Marketing 2. Marketing--Administración I. Hair, Joseph F. II. McDaniel, Carl D.

658.8 L21 1998

105

Lamb, Charles W.

Marketing / Charles W. Lamb, Joseph H. Hair, Carl McDaniel. -- Fourth edition. -- Cincinnati, Ohio : South-Western College Publishing, c1998.

xxxviii, 693 p. : il. col. ; 28 cm. + 1 CD-ROM

El CD-ROM contiene videos y ejemplos.

Incluye referencias bibliográficas (p. 653-669) e índices.

Contenido: The world of marketing -- Analyzing marketing opportunities -- Product decisions -- Distribution decisions -- Integrated marketing communications -- Pricing decisions.

1. Marketing 2. Marketing--Administración I. Hair, Joseph F. II. McDaniel, Carl D.

658.8 L21 1998S

106

Lamb, Charles W.

Marketing / Charles W. Lamb, Jr., Joseph F. Hair, Jr., Carl McDaniel. -- Sexta edición. -- México, D.F.: Thomson, c2002.

xiv, [16], 750 p. : il. col. ; 28 cm.

Glosario: p. 695-708.

Incluye referencias bibliográficas (p. 709-728) e índice.

Contenido: El mundo del marketing -- Análisis de las oportunidades en marketing -- Decisiones de productos -- Decisiones de distribución -- Decisiones de promoción -- Decisiones de precios -- Marketing dirigido por tecnología.

1. Marketing 2. Marketing--Administración I. Hair, Joseph F. II. McDaniel, Carl D.

658.8 L21 2002

107

Lamb, Charles W.

Marketing / Lamb, Hair, McDaniel. -- 8a edición. -- México, D.F. : Thompson, c2006.

xxix, 746 p. : il. col. ; 27 cm.

"Casos latinoamericanos": p. [691]-700.

Glosario: p. 701-711.

Incluye índice.

Contenido: El mundo del marketing -- Análisis de las oportunidades de marketing -- Decisiones del producto -- Decisiones de distribución -- Decisiones de promoción -- Decisiones de precios -- Tecnología impulsada por el marketing.

1. Marketing 2. Marketing--Administración I. Hair, Joseph F. II. McDaniel, Carl D.
658.8 L21 2006

108

Lambin, Jean-Jacques, 1933-

[Problemes de marketing: 20 etudes de cas. Español]

Casos prácticos de marketing / Jean-Jacques Lambin. -- Madrid : McGraw-Hill, 1995.

xix, 427 p. : diagrs. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

1. Marketing--Estudio de casos

658.8 L211C

109

Lambin, Jean-Jacques, 1933-

Marketing estratégico / Jean Jacques Lambin. -- Madrid: ESIC, 2003.

xxix, 837 p. : il. ; 24 cm.

Contenido: El nuevo papel del marketing -- Comprender el comportamiento del cliente -- La elaboración de la estrategia de marketing.

1. Marketing 2. Comportamiento del consumidor--Estudio de casos 3. Canales de comercialización--Estudio de casos

658.8 L211 2003

110

Lambin, Jean-Jacques, 1933-

Marketing estratégico / Jean-Jacques Lambin ; traducción, Alejandro Molla, Salvador Miquel. -- 2a ed. -- Madrid : McGraw-Hill Interamericana, c1991.

xviii, 490 p. : il. ; 24 cm.

Bibliografía al final de los capítulos.

1. Marketing 2. Comportamiento del consumidor 3. Canales de comercialización I. Molla Descals, Alejandro II. Miquel Peris, Salvador

658.8 L21 1991

111

Lambin, Jean-Jacques, 1933-

Marketing estratégico / Jean-Jacques Lambin ; traducción, Alejandro Molla Descals, Salvador Miquel Peris. -- México, D.F.: Mc Graw-Hill Interamericana, 1989.

xiii, 328 p. : il. ; 23 cm.

Bibliografía: p. 317-328.

1. Marketing 2. Comportamiento del consumidor 3. Canales de comercialización I. Molla Descals, Alejandro II. Miquel Peris, Salvador

658.8 L21

112

Levinson, Jay Conrad.

Guerrilla marketing : secrets for making big profits from your small business / Jay Conrad Levinson. -- Third edition. -- Boston : Houghton Mifflin, 1998.

viii, 388 p. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [362]-372) e índice.

1. Marketing 2. Pequeñas y medianas empresas--Administración 3. Publicidad
658.8 L54G 1998

113

Levy, Alberto R.

Mayonesa, la esencia del marketing : principios fundamentales del desarrollo competitivo / Alberto R. Levy. -- Buenos Aires: Granica, 1999.

237 p. : diagrs. ; 23 cm.

1. Marketing 2. Planificación estratégica—Marketing 3. Segmentación del mercado 4. Satisfacción del cliente

658.802 L54

114

Lilien, Gary L., 1946-

Marketing engineering : computer-assisted marketing analysis and planning / Gary L. Lilien, Arvind Rnagaswamy. -- Revised second edition. -- State College, PA : Institute for the Study of Business Markets, 2004.

518 p. : il. ; 26 cm.

1. Marketing I. Rnagaswamy, Arvind II. Institute for the Study of Business Markets

658.8 L63

115

Lodish, Leonard M.

Marketing that works : how entrepreneurial marketing can add sustainable value to any sized company / Leonard M. Lodish, Howard L. Morgan, Shellye Archambeau. -- Upper Saddle River, New Jersey : Wharton School Publishing, 2007.

xv, 318 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing--Administración 2. Planificación empresarial 3. Éxito en los negocios I. Morgan, Howard Lee, 1945- II. Archambeau, Shellye

658.802 L82

116

Lovelock, Christopher H.

[Services marketing. Español]

Administración de servicios: estrategias de marketing, operaciones y recursos humanos / Christopher Lovelock, Javier Reynoso, Guillermo D'Andrea, Luis Huete. -- México, D.F. : Pearson Educación, 2004.

xvii, 741 p. : il. ; 26 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: El negocio de los servicios -- Los servicios desde la perspectiva del cliente -- La creación de valor en un mercado competitivo -- Diseño y planeación de la experiencia del servicio -- Administración del sistema de entrega del servicio.

1. Marketing de servicios 2. Industrias de servicios--Marketing 3. Servicio al cliente--Administración 4. Recursos humanos I. Reynoso, Javier II. D'Andrea, Guillermo III. Huete, Luis María

658.8 L93A

117

Lovelock, Christopher H.

[Services marketing. Español]

Mercadotecnia de servicios / Christopher H. Lovelock. -- Tercera edición. -- México, D.F. : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997.

xiv, 661 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 649-650) e índice.

1. Marketing de servicios--Estudio de casos 2. Industrias de servicios--Marketing

658.8 L93

118

Majaro, Simon.

[Marketing. Español]

La esencia de la mercadotecnia / Simon Majaro. -- México, D.F. : Prentice Hall Hispanoamericana, 1996.

xii, 266 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 256-257) e índice.

1. Marketing

658.8 M18

119

Majaro, Simon.

[Creative marketer. Español]

Marketing y creatividad: un enfoque instrumental / Simón Majaro. -- Madrid: Ediciones Díaz de Santos, 1994.

xiv, 198 p. : il. ; 21 cm.

Incluye índice.

1. Marketing--Administración--Manuales 2. Aptitud creadora en los negocios--Manuales 3. Psicología industrial

658.8 M18M

120

Marketing fundamental / coordinadores Miguel Martín Dávila, Jaime Manera Bassa, Enrique Pérez del Campo. -- Madrid: McGraw-Hill, 1999.

xii, 396 p. : diagrs. , 20 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing—Administración 2. Planificación estratégica 3. Análisis de mercado I. Martín Dávila, Miguel II. Manera Bassa, Jaime III. Pérez del Campo, Enrique

658.8 M8

121

Marketing en sectores específicos / coordinadora María Soledad Aguirre García. -- Madrid : Pirámide, 2000.

501 p. : diagrs. ; 24 cm. -- (Economía y empresa)

Incluye referencias bibliográficas.

Contenido: Marketing industrial -- Marketing de servicios -- Marketing no lucrativo -- Marketing en el sector de distribución comercial -- Nuevas tendencias en marketing.

1. Marketing industrial 2. Marketing de servicios 3. Marketing social 4. Comercio electrónico
I. Aguirre García, María Soledad
658.804 M1

122

Mayorga Gutiérrez, David.

La administración estratégica de la mercadotecnia en la empresa peruana / David Mayorga, Patricia Araujo. – Lima : Universidad del Pacífico, Centro de Investigación, 1997.

313 p. : diagrs. ; 21 cm. -- (Biblioteca universitaria)

Bibliografía: p. [314-315].

1. Marketing--Perú--Administración 2. Planificación estratégica--Perú--Estudio de casos 3. Planificación empresarial 4. Análisis de mercado I. Araujo Azalde, Patricia II. Universidad del Pacífico (Lima). Centro de Investigación

658.802 M32A

123

Mayorga Gutiérrez, David.

Casos ganadores de los Premios Effie 2001 / David Mayorga, María Matilde Schwalb, Patricia Araujo. – Lima : Universidad del Pacífico, 2002.

150 p. : diagrs. , 21 cm. -- (Apuntes de estudio ; 49) (Premio Effie)

Incluye referencias bibliográficas.

Contenido: Sello de Oro -- Cuenta de Ahorro -- Tarjeta vía BCP -- Ducal – Colecta Pública Anual -- Cristal -- Bembo.

1. Premios Effie Perú 2. Marketing—Premios--Perú 3. Publicidad--Premios--Perú 4. Marketing--Perú--Estudio de casos I. Schwalb, María Matilde II. Araujo Azalde, Patricia I. Universidad del Pacífico (Lima)

658.8079 P 2001

124

Mayorga Gutiérrez, David.

Casos ganadores de los Premios Effie 2003 / David Mayorga, Patricia Araujo, María Matilde Schwalb. -- Lima: Universidad del Pacífico, 2004.

165 p. : diagrs. ; 21 cm. -- (Apuntes de estudio; 55) (Premio Effie)

Incluye referencias bibliográficas.

Contenido: Café Altomayo -- Clorox -- Millonaria de Interbank -- Movistar – Perú es súper -- Interseguro -- Banco de Crédito del Perú -- Saga Falabella.

1. Premios Effie Perú 2. Marketing--Premios—Perú 3. Publicidad--Premios—Perú 4. Marketing--Perú--Estudio de casos I. Araujo Azalde, Patricia II. Schwalb, María Matilde III. Universidad del Pacífico (Lima)

658.8079 P 2003

125

Mayorga Gutiérrez, David.

Marketing estratégico en la empresa peruana / David Mayorga, Patricia Araujo. -- Lima: Universidad del Pacífico, Centro de Investigación, 2002.

341 p. : diagrs. ; 20 cm. -- (Biblioteca universitaria)

Bibliografía: p. [339]-341.

1. Marketing--Planificación 2. Planificación estratégica--Perú--Estudio de casos 3. Planificación empresarial 4. Análisis de mercado I. Araujo Azalde, Patricia II. Universidad del Pacífico (Lima). Centro de Investigación
658.802 M32M

126

Mayorga Gutiérrez, David.

Márketing estratégico en la empresa peruana / David Mayorga, Patricia Araujo. -- Segunda edición. -- Lima : Universidad del Pacífico, Centro de Investigación, 2005.

377 p. : diagrs. ; 23 cm. -- (Biblioteca universitaria)

Bibliografía: p. 371-377.

1. Marketing—Planificación 2. Planificación estratégica--Perú--Estudio de casos 3. Planificación empresarial 4. Análisis de mercado I. Araujo Azalde, Patricia II. Universidad del Pacífico (Lima). Centro de Investigación
658.802 M32M 2005

127

Mayorga Gutiérrez, David.

Las mejores prácticas del márketing : casos ganadores de los Premios Effie 2004 / David Mayorga, Patricia Araujo, María Matilde Schwalb. -- Lima: Universidad del Pacífico, 2005.

178 p. : diagrs. ; 21 cm. + 1 CD-ROM -- (Premio Effie)

Incluye referencias bibliográficas.

Contenido: Mimaskot -- Excedrin -- Trome -- Mega Plaza -- Sublime Boca Loca -- Helados D'Onofrio -- Kola Real.

1. Premios Effie Perú 2. Marketing--Premios—Perú 3. Publicidad--Premios—Perú 4. Marketing--Perú--Estudio de casos I. Araujo Azalde, Patricia II. Schwalb, María Matilde III. Universidad del Pacífico (Lima)
658.8079 P 2004

128

Mayorga Gutiérrez, David.

El plan de márketing / David Mayorga, Patricia Araujo. -- Lima: Universidad del Pacífico, Centro de Investigación, 2007.

134 p. : diagrs. ; 24 cm. -- (Biblioteca universitaria)

Bibliografía: p. [129]-131.

1. Marketing--Planificación 2. Planificación estratégica 3. Análisis de mercado I. Araujo Azalde, Patricia II. Universidad del Pacífico (Lima). Centro de Investigación
658.802 M32

129

McCarthy, E. Jerome (Edmund Jerome)

[Basic marketing: a global-managerial approach. Español]

Marketing : un enfoque global / E. Jerome McCarthy, William D. Perreault, Jr. -- Decimotercera edición. -- México, D.F. : McGraw-Hill/Irwin 2001.

xxiv, 797, 40 p. : il. col. ; 28 cm. + 1 CD-ROM

Incluye referencias bibliográficas (p. [749]-797) e índice.

1. Marketing--Administración 2. Globalización I. Perreault, William D.
658.8 M12M 2001

130

McDonald, Malcolm.

Marketing plans : how to prepare them, how to use them / Malcolm McDonald, Hugh Wilson. -- Seventh edition. -- Chichester, West Sussex, U.K.: Wiley, 2011.

xvi, 573 p. : il. (algunas col.) ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

1. Marketing--Planificación 2. Marketing--Administración I. Wilson, Hugh, 1962- 658.802 M122 2011

131

McKenzie-Mohr, Doug, 1959-

Social marketing to protect the environment : what works / Doug McKenzie-Mohr, Nancy R. Lee, P. Wesley Schultz, Philip Kotler. -- Thousand Oaks : SAGE Publications, c2012.

xiv, 235 p. : il., diagrs. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing social 2. Marketing ecológico I. Lee, Nancy, 1932- II. Schultz, P. Wesley III. Kotler, Philip

658.804 M12

132

McLeish, Barry.

Successful marketing strategies for nonprofit organizations: winning in the age of the elusive donor / Barry J. McLeish. -- 2nd ed. -- New York: Wiley, 2010.

xxxii, 256 p. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: A new way doing business for the nonprofit organization -- The development of a marketing strategy -- The phased strategic marketing plan -- External analysis: client, donor, volunteer, and competitor research -- Researching your nonprofit organization's environment -- Value propositions and marketing objectives -- Creating competitive advantage -- Winning thought competitive strategy options -- Creating competitive image and brand.

1. Marketing 2. Organizaciones sin ánimo de lucro--Marketing

658.802 M12

133

Las mejores prácticas del marketing: casos ganadores de los Premios Effie Perú 2005 / Gina Pipoli, editora. -- Lima : Universidad del Pacífico: Nestle, 2006.

277 p.: il., diagrs. ; 24 cm. + 1 CD ROM

Contenido: Categoría Productos: Caso American Colors. Caso Leche Gloria -- Categoría Servicios: Caso Telefónica. Caso Créditos hipotecarios de Interbank -- Categoría Retailer: Caso Blockbuster -- Categoría Lanzamiento de nuevos productos: Caso Excedrin -- Categoría Lanzamiento de nuevos servicios: Caso Nextel del Perú. Caso Tarjeta de crédito Plaza Vea -- Categoría promociones: Caso Supermercados E. Wong. Caso Medios de pago del Banco de Crédito del Perú -- Categoría Fines no comerciales: Caso Nutrimóvil Nestle. Caso Licores de Diageo -- Categoría Grandes Marcas: Gran Marca Clásica: RPP Noticias. Marca moderna: Alacena.

1. Premios Effie Perú 2. Marketing--Premios—Perú 3. Publicidad--Premios—Perú 4. Marketing--Perú--Estudios de casos I. Pipoli de Azambuja, Gina II. Universidad del Pacífico (Lima)

658.8079 P 2005

134

Las mejores prácticas del marketing: casos ganadores de los Premios Effie Perú 2006 / Gina Pipoli, editora. – Lima : UP : BCP : Telefónica: Prima AFP, 2007.

341 p.: il., diagrs. ; 24 cm. + 2 DVD. -- (Premio Effie)

Contenido: Los Effie Advertising Effectiveness Awards -- Resumen de los casos ganadores de los Premios Effie Perú 2006 -- Categoría Productos de cualquier tipo: Caso ASA Alimentos S.A. Caso Natura Cosméticos S.A. -- Categoría Servicios de cualquier tipo: Caso Banco de Crédito del Perú. Caso Telefónica del Perú S.A. Caso América Móvil Perú S.A.C. -- Categoría Retailers: Caso Corporación E. Wong -- Categoría Lanzamiento de Nuevos Productos: Caso Alpamayo Entertainment. Caso Gloria S.A. -- Categoría Lanzamiento de Nuevos Servicios: Caso Telefónica del Perú S.A. Caso Prima AFP -- Categoría Promociones: Caso Alicorp. Caso Interbank -- Categoría Campañas con fines no comerciales: Caso Fundación Peruana de Cáncer. Caso SEDAPAL -- Categoría Campaña de bajo Presupuesto: Caso Corporación Wong. Caso Gloria S.A. -- Categoría Grandes Marcas: Gran Marca: Interbank y Gran Marca Clásica: Sublime.

1. Premios Effie Perú 2. Marketing—Premios--Perú 3. Publicidad—Premios--Perú 4. Marketing--Perú--Estudio de casos I. Pipoli de Azambuja, Gina II. Universidad del Pacífico (Lima)

658.8079 P 2006

135

Las mejores prácticas del marketing: casos ganadores de los Premios Effie Perú 2007 / Gina Pipoli, editora. – Lima : Universidad del Pacífico : Frecuencia Latina : Backus, 2008.

370 p. : il., diagrs. ; 24 cm. + 2 CD ROM. -- (Premio effie)

Incluye bibliografía.

Contenido: Los Effie Advertising Effectiveness Awards -- Resumen de los casos ganadores de los Premios Effie Perú 2007 -- Categoría Gran Effie Premio al uso más efectivo del medio de prensa: Caso América Móvil Perú S.A.V -- Categoría Productos de cualquier tipo: Caso Corporación Medco S.A.C. Caso Backus y Johnston -- Categoría Servicios de cualquier tipo: Caso América Móvil Perú. Caso Banco de Crédito del Perú -- Categoría Lanzamiento de nuevos productos: Caso PRIMAX. Caso Alpamayo Entertainment -- Categoría Lanzamiento de nuevos servicios: Caso LAN Perú -- Categoría Promociones: Caso El Pacífico Peruano Suiza. Caso BBVA Banco Continental -- Categoría Retailers: Caso Corporación Wong -- Categoría Imagen corporativa: Caso Scotiabank. Caso Natura -- Categoría Medido de Comunicación: Caso Frecuencia Latina. Caso Grupo RPP -- Categoría Campañas de Utilidad pública, interés social o fines no comerciales: Caso Corporación Wong -- Categoría Campaña de bajo presupuesto: Caso Santa Rosa de Quives Country Club. Caso Supermercados Peruanos -- Categoría Grandes Marcas: Gran Marca Moderna: AFP Integra.

1. Premios Effie Perú 2. Marketing--Premios—Perú 3. Publicidad--Premios—Perú 4. Marketing--Perú--Estudio de casos I. Pipoli de Azambuja, Gina II. Universidad del Pacífico (Lima)

658.8079 P 2007

136

Las mejores prácticas del márketing : casos ganadores de los Premios Effie Perú 2008 / editor David Mayorga Gutiérrez. -- Lima : UP, 2009.

249 p. : il. ; 25 cm.

Incluye bibliografía.

Referido a los casos ganadores de los Premios Effie 2008. Categoría Productos de cualquier tipo: Premio Gran Effie Oro: Pilsen Callao, Premio Effie Plata: Pilsen Trujillo; Categoría Servicios de cualquier tipo: Premio Effie Oro: BCP, Premio Effie Plata: Interbank Ahorro Casa; Categoría Lanzamiento de nuevos productos: Premio Effie Oro: Cerveza Franca, Premio Effie Plata: Cifrut; Categoría Lanzamientos de nuevos servicios: Premio Effie Oro: LAN.com.

1. Premios Effie Perú 2. Marketing--Premios—Perú 3. Publicidad--Premios—Perú 4. Marketing--Perú--Estudio de casos I. Mayorga Gutiérrez, David II. Universidad del Pacífico (Lima) III. Concurso de Efectividad de Marketing y Publicidad Premios Effie Perú (13° : 2008 : Lima)
658.8079 P 2008

137

Las mejores prácticas del marketing : casos ganadores de los Premios EFFIE Perú 2009-2010 / David Mayorga Gutiérrez, editor. -- Lima: Universidad del Pacífico, 2011.

315 p. : il. col., diagrs. ; 24 cm. -- (Premio Effie)

Bibliografía al final de cada capítulo.

Contenido: Downy -- Cemento Sol -- Telefónica. Plan tarifario de telefonía pública -- Interbank -- Telefónica. Fono Ya -- Plan tarifa única Movistar -- Bambos -- Detergente Opal biocristales con removedor de manchas -- Tekno -- Red de Ferreterías Progresol -- Supermercados peruanos. Vivanda -- Cusco pone. Promoción de turismo -- Ponle Corazón -- Diario Depor -- Telefónica Móviles -- Nestlé del Perú S.A. -- Supermercados peruanos. Vivanda Pezet -- Primera cuenta BCP.

1. Premios Effie Perú 2. Marketing--Premios--Perú 3. Publicidad—Premios--Perú 4. Marketing--Perú--Estudio de casos I. Mayorga Gutiérrez, David II. Universidad del Pacífico (Lima)

658.8079 P 2009-2010

138

Merino de Souza, Alberto.

Lo mejor de marketing estratégico / Alberto Merino de Souza, Mary García Zapata. – Lima : Mercadeo Latino, 1992.

258 p.: il. ; 20 cm.

Incluye índice.

1. Marketing--Perú--Estudio de casos 2. Planificación empresarial 3. Marcas de empresas--Estudio de casos I. García Zapata, Mary

658.802 M43

139

Merino de Souza, Alberto.

Movidas estratégicas / Alberto Merino de Souza, Vanessa Piaggio Anderson. -- Lima : Inteligencia Comercial Latinoamericana, 2001.

190 p.: il. ; 20cm.

1. Marketing--Perú--Estudio de casos 2. Planificación empresarial 3. Marcas de empresas--Estudio de casos 4. Publicidad--Perú I. Piaggio Anderson, Vanessa

658.802 M43M

140

Michaelson, Gerald A.

[Sun Tzu strategies for marketing: 12 essential principles for winning the war for customers. Español]

Sun Tzu estrategias de marketing : 12 principios esenciales para ganar la batalla del mercado / Gerald A. Michaelson con Steven W. Michaelson. – Madrid : McGraw-Hill, 2004.

xv, 193 p. ; 23 cm.

Incluye índice.

1. Marketing I. Michaelson, Steven

658.8001 M53

141

Miniter, Richard

[The myth of market share. Español]

El mito del market share : el espejismo de la participación de mercado en el mundo empresarial / Richard Miniter. -- Buenos Aires : Vergara, 2004.

215 p. ; 24 cm. -- (Business)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Planificación empresarial 2. Planificación estratégica--Marketing 3. Rentabilidad
658.802 M61

142

Montesinos C., Jaime.

¿Cómo aplicar el marketing en el Perú : una guía para los empresarios y estudiantes peruanos? / Jaime Montesinos C. -- 4ta edición. -- Lima : Instituto Peruano de Marketing, 1996.

221 p.: diagrs. ; 20 cm. -- (Libro de negocios)

1. Marketing--Perú--Administración 2. Marketing--Perú--Estudio de casos 3. Pequeñas y medianas empresas

658.8 M84 1996

143

Montesinos C., Jaime.

¿Cómo aplicar el marketing en el Perú : una guía para los empresarios y estudiantes peruanos? / Jaime Montesinos C. -- 2da edición. -- Lima : Instituto Peruano de Marketing, 1993.

176 p. ; 20 cm. -- (Libro de negocios)

1. Marketing--Perú—Administración 2. Marketing--Perú--Estudio de casos 3. Pequeñas y medianas empresas

658.8 M84 1993

144

Montesinos C., Jaime.

¿Cómo aplicar el nuevo marketing en el Perú : una guía para los empresarios y estudiantes peruanos? / Jaime Montesinos C. -- 5ta. edición. -- Lima : Instituto Peruano de Marketing, 2000.

274 p. : diagrs. ; 20 cm.

1. Marketing—Perú--Administración 2. Marketing--Perú--Estudio de casos 3. Marketing--Perú--Estadística 4. Pequeñas y medianas empresas

658.8 M84 2000

145

Moore, Geoffrey A., 1946-

Inside the tornado : marketing strategies from Silicon Valley's cuttingedge / Geoffrey A. Moore. New York : Harper Business Book, 1995.

xxii, 244 p. : il. ; 20 cm.

Incluye índice.

Contenido: The development of hypergrowth markets -- Implications for strategy.

1. Marketing 2. Industrias de alta tecnología--Marketing

658.802 M84

146

Mullins, John W.

[Marketing management: A strategic decision-making approach Español]

Administración del marketing : un enfoque en la toma estratégica de decisiones / John W. Mullins, Orville C. Walkers, Harper W. Bpyd ... [et al.]. -- Quinta edición. -- México, D.F. : McGrawHill, 2007. 519 p. : il. ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing 2. Toma de decisiones 3. Marketing--Investigación 4. Análisis de mercado I. Walker, Orville C. II. Boyd, Harper W.

658.8 A2

147

Murphy, Patrick E., 1948-

Ethical marketing / Patrick E. Murphy, Gene R. Laczniak, Norman E. Bowie, Thomas A. Klein. -- New Jersey : Pearson Prentice Hall, 2005.

xxi, 266 p. ; 23 cm. -- (Basic ethics in action)

Incluye referencias bibliográficas (p. 248-257) e índice.

1. Marketing--Aspectos morales y éticos I. Laczniak, Eugene R. II. Bowie, Norman E., 1942- III. Klein, Thomas A.

658.802 M97

148

Paczkowski, Thomas J.

Principles of marketing : learning guide / Thomas J. Paczkowski. -- Eighth edition. -- New Jersey : Prentice Hall, 1999.

viii, 292 p. ; 28 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

1. Kotler, Philip. Principles of Marketing 2. Armstrong, Gary. Principles of Marketing 3. Marketing--Guías de estudio

658.8 P12

149

Páramo Morales, Dagoberto.

Cultura organizacional y estilos de dirección orientados al mercado / Dagoberto Páramo, Elías Plazas, Alonso Rodríguez. -- Bogotá : Ecoe, 2009.

99 p. ; 24 cm.

Contenido: Marco referencia: concepto de marketing, orientación al mercado, cultura organizacional, liderazgo o estilos de dirección -- Modos de ser, estilos de dirección y liderazgo -- Modelo para evaluar la incidencia de los estilos de dirección sobre las culturas organizacionales orientadas al mercado -- Metodología de la investigación -- Resultados: lealtad de los empleados, orientación al mercado, análisis de clientes, auditoría del marketing, patrones culturales de los directivos -- Futuras investigaciones.

1. Marketing 2. Análisis de mercado 3. Comportamiento organizacional 4. Cultura organizacional I. Ramírez Plazas, Elías II. Rodríguez Ramírez, Alonso

658.8 P26

150

Payne, Adrian.

[Services marketing. Español]

La esencia de la mercadotecnia de servicios / Adrian Payne. -- México, D.F. : Prentice Hall Hispanoamericana, 1996.

x, 252 p. : diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 246-248) e índice.

1. Marketing de servicios 2. Industrias de servicios 3. Segmentación del mercado 4. Servicio al cliente

658.804 P32

151

Pérez Romero, Luis Alfonso.

Marketing social: teoría y práctica / Luis Alfonso Pérez Romero. -- México, D.F. : Pearson Educación: Prentice Hall, 2004.

xxii, 546 p. : il. ; 24 cm.

Bibliografía: p. 538-543.

Contenido: Los fundamentos del marketing social -- El análisis del marketing social -- El desarrollo del plan estratégico de marketing social -- La administración de los programas sociales -- El futuro del marketing social.

1. Marketing social 2. Programas sociales—Marketing 3. Análisis de mercado

658.804 P46

152

Peter, J. Paul.

[Marketing for the manufacturer. Español]

Marketing para no conocedores / J. Paul Peter. -- México, D.F. : McGraw-Hill/Interamericana, 1998.

xvi, 330 p. : diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: Introducción a la mercadotecnia -- Comprensión de los mercados objetivo -- Desarrollo del marketing mix -- Relaciones funcionales en las organizaciones -- Casos de administración de marketing.

1. Marketing--Administración 2. Manufacturas--Marketing 3. Planificación estratégica

658.8 P48

153

Pipoli de Azambuja, Gina.

El marketing y sus aplicaciones a la realidad peruana / Gina Pipoli de Butrón. -- Lima: Universidad del Pacífico, 1995.

411 p.; 21 cm. -- (Biblioteca universitaria)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Marketing--Perú--Administración--Estudio de casos 2. Análisis de mercado--Perú I. Universidad del Pacífico (Lima)

658.8 P61

154

Pipoli de Azambuja, Gina.

El marketing y sus aplicaciones a la realidad peruana / Gina Pipoli de Butrón. -- 2a edición. Lima : Universidad del Pacífico, 1999.

247 p.; 21 cm. -- (Biblioteca universitaria)

Bibliografía: p. 429.

1. Marketing--Perú--Administración--Estudio de casos 2. Análisis de mercado--Perú I. Universidad del Pacífico (Lima)
658.8 P61 1999

155

Principios de marketing y sus mejores prácticas / editor senior Javier Reyes Martínez. -- Tercera edición. -- México, D.F. : Thomson, 2007.

xl, 600 p. : il. ; 27 cm.

Glosario: p. 555-565.

Incluye referencias bibliográficas (p. 567-581) e índice.

1. Marketing 2. Marketing--Administración I. Reyes Martínez, Javier

658.8 P 2007

156

[Procter & Gamble: the house that ivory built. Español]

Procter & Gamble: 150 años de éxitos en marketing / por los editores de Advertising Age. -- Bogotá : Norma, 1990.

vii, 312 p. : il. ; 24 cm. Incluye índice.

Contenido: La compañía -- La gente -- Los productos -- Marketing y publicidad -- Marketing global de P&G -- Una última mirada.

1. Procter & Gamble Company 2. Marketing 3. Publicidad 4. Marcas de fábrica 5. Administración de productos

658.8 P6

157

Rapp, Stan.

[Beyond maximarketing: the new power of caring and daring. Español]

Ganadores del maximarketing: el nuevo poder ¡preocuparse y atreverse! / Stan Rapp, Thomas L. Collins. -- México, D.F. : McGraw-Hill, 1994.

xxix, 353 p. ; 23 cm.

"Descubra las 7 claves del éxito de los campeones: Nestle, Lego, Seagram, Amil, Harley Davidson y otros"--Cubierta.

Incluye índice.

Contenido: Nuevas necesidades, nuevas respuestas -- Campeones de MaxiMarketing en ventas de productos -- Campeones de MaxiMarketing en ventas de servicios -- Campeones de MaxiMarketing en ventas al detalle -- Un recorrido mundial.

1. Marketing--Estudio de casos 2. Promoción de ventas--Estudio de casos I. Collins, Thomas L.

658.8 R25

158

Rapp, Stan.

[The new maximarketing: the classic guide to transforming your advertising, promotion, and marketing strategy for the information economy. Español]

El nuevo maximarketing: guía para transformar la publicidad, promoción y estrategia de mercados para la economía de la información / Stan Rapp, Thomas L. Collins. -- México, D.F.: McGraw-Hill, 1996.

xxi, 352 p. : diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 337-342) e índice.

1. Marketing 2. Publicidad 3. Promoción de ventas I. Collins, Thomas L.
658.8 R25N

159

Regalado Pezúa, Otto.

Endomarketing : estrategias de relación con el cliente interno / Otto Regalado, Roy Allpacca, Luisa Baca, Mijael Gerónimo. – Lima : Universidad ESAN, 2011.

120 p. : il., diagrs. ; 24 cm. -- (Gerencia global ; 20)

Bibliografía: p. [83]-87.

1. Marketing interno 2. Marketing relacional 3. Relaciones con los clientes 4. Relaciones industriales I. Allpacca, Roy II. Baca, Luisa III. Gerónimo, Mijael IV. Universidad ESAN (Lima)

658.802 R35

160

Rice, Craig S.

[Marketing without a marketing budget. Spanish]

Cómo hacer marketing sin recursos : cómo conseguir clientes ayer, sin aumentar los gastos y sin complicar sus planes más de lo que están... / Craig S. Rice. -- Barcelona: Granica, 1996.

303 p.: il. ; 22 cm. -- (Management)

1. Marketing--Administración--Análisis de costos 2. Técnicas de ventas

658.802 R53

161

Ries, Al.

[Marketing warfare. Español]

La guerra de la mercadotecnia / Al Ries, Jack Trout. – Bogotá : McGraw-Hill, 1988.

xii, 213 p. ; 21 cm.

"Cómo usan las corporaciones estadounidenses la estrategia militar para vencer, flanquear y aun emboscar a la competencia. Un vistazo a la retaguardia de la guerra de los refrescos de cola, de la guerra de la computadora, de la guerra de la hamburguesa y de la guerra de la cerveza"--Cubierta.

Incluye índice.

1. Marketing--Estudio de casos 2. Competencia económica I. Trout, Jack

658.802 R56

162

Ries, Al.

[Marketing warfare. Español]

La guerra del marketing / Al Ries, Jack Trout. -- Edición conmemorativa, vigésimo aniversario. -- México, D.F. : McGraw-Hill, 2006.

224 p.: il. ; 23 cm.

"Historias reales de diversas campañas de marketing, ejemplos ilustrados de cómo los principios de Ries y Trout continúan influyendo en el mundo de los negocios"--Cubierta.

Incluye índice.

1. Marketing--Estudio de casos 2. Competencia económica I. Trout, Jack

658.802 R56 2006

163

Ries, Al.

[The immutable laws of marketing. Español]

Las 22 leyes inmutables del marketing : viólelas a su propio riesgo / Al Ries y Jack Trout. -- México, D.F. : McGraw-Hill, 1993.
xiv, 187 p. : il. ; 20 cm.
Incluye índice.
1. Marketing I. Trout, Jack
658.8 R56

164

Rosen, Emanuel.

Marketing de boca en boca / Emanuel Rosen. -- Buenos Aires : Javier Vergara Editor, 2001.
305 p.: il. ; 25 cm.
Incluye glosario e índice analítico.
"Cómo crear el rumor que multiplica las ventas"--Cubierta.
Bibliografía: p. 287-294.
1. Marketing 2. Rumor público 3. Consumidores
658.8 R84

165

Ruggles, Rudy L., 1966-

[The knowledge advantage: 14 visionaries define marketplace success in the new economy. Español]
La ventaja del conocimiento: 14 visionarios definen el éxito de mercadeo en la nueva economía / Rudy Ruggles, Dan Holtshouse. -- México, D.F. : Compañía Editorial Continental, 2000.
x, 279 p. : diagrs. ; 23 cm.
Incluye referencias bibliográficas e índice.
Contenido: El conocimiento y el individuo -- Conocimiento y la organización -- Conocimiento y la estrategia -- Conocimiento y la economía.
1. Administración de sistemas de información—Marketing 2. Gestión del conocimiento I. Holtshouse, Dan
658.802 R92

166

Sainz de Vicuña Ancín, José María.

El plan de marketing en la práctica / José Ma. Sainz de Vicuña Ancín. -- 9a edición revisada y actualizada. -- Madrid : ESIC Editorial, 2004.
464 p. : il. ; 24 cm. -- (Libros profesionales de empresa)
Bibliografía: p. [459]-464.
Contenido: Presentación de las fases de elaboración del plan de marketing "paso a paso" -- Aplicación del plan de marketing a otros sectores de actividad.
1. Marketing--Planificación
658.802 S16 2004

167

Sánchez Yábar, Guido.

Mi plan de marketing / Guido Sánchez Yábar. -- Lima : SYSA, 2008.
2 v. : il. ; 28 cm. -- (Serie ; 2) (Pyme ; 7)
Bibliografía: p. [123].
Contenido: v.1. Mi plan de marketing -- v.2. Cuaderno de trabajo.
1. Marketing--Estudio de casos
658.8 S24 v.1 / 658.8 S24 v.2

168

Schwalb, María Matilde.

Casos ganadores de los Premios Effie 1999 / María Matilde Schwalb, Patricia Araujo, David Mayorga. – Lima : Universidad del Pacífico, 2001.

167 p. : diagrs. ; 21 cm. -- (Apuntes de estudio; 42) (Premio Effie)

Incluye referencias bibliográficas.

Contenido: Diccionario de Ojo -- Ciruelax -- Clairol -- Credimás -- Televisión por cable -- La beca del Financiero -- AFP Integra -- Creer para crear -- Inca Kola -- E. Wong.

1. Premios Effie Perú 2. Marketing--Premios--Perú 3. Publicidad—Premios--Perú 4. Marketing--Perú--Estudio de casos I. Araujo Azalde, Patricia II. Mayorga Gutiérrez, David III. Universidad del Pacífico (Lima)

658.8079 P 1999

169

Schwalb, María Matilde.

Casos ganadores de los Premios Effie 2000 / María Matilde Schwalb, Patricia Araujo, David Mayorga. – Lima : Universidad del Pacífico, 2002.

213 p. : diagrs. ; 21 cm. -- (Apuntes de estudio; 48) (Premio Effie)

Incluye referencias bibliográficas.

Contenido: AlaCena -- Triple Kola -- Lavaggi -- Comunica-T -- Credimás -- Soda Field -- Fondo de Solidaridad -- FirstCom -- El Comercio -- La Tinka.

1. Premios Effie Perú 2. Marketing—Premios--Perú 3. Publicidad--Premios--Perú 4. Marketing--Perú--Estudio de casos I. Araujo Azalde, Patricia II. Mayorga Gutiérrez, David III. Universidad del Pacífico (Lima)

658.8079 P 2000

170

Schwalb, María Matilde.

Casos ganadores de los Premios MAX/EFFIE / María Matilde Schwalb, Juan Carlos Casafranca. – Lima : Universidad del Pacífico, Centro de Investigación, 2000.

241 p. : diagrs. ; 21 cm. -- (Apuntes de estudio; 37) (Premio Effie)

Referido a los Premios MAX/EFFIE de los años 1996 y 1997.

Incluye referencias bibliográficas.

Contenido: Casos relativos al mercado bancario -- Casos relativos al mercado de las cervezas -- Casos relativos a administradoras de fondos de pensiones -- Casos relativos a productos de protección femenina -- Casos relativos a la industria de bebidas saludables -- Casos de marketing en campos especiales.

1. Premios Max/Effie Perú 2. Marketing--Premios--Perú 3. Publicidad--Premios--Perú 4. Marketing--Perú--Estudio de casos I. Casafranca, Juan Carlos II. Universidad del Pacífico (Lima). Centro de Investigación

658.8079 P 1996-1997

171

Schwalb, María Matilde.

Colección de casos de mercadotecnia / María Matilde Schwalb, Carlos Herrera. – Lima : Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, 1993.

218 p. : diagrs. ; 21 cm. -- (Apuntes de estudio ; 14)

1. Marketing--Estudio de casos 2. Marketing--Perú I. Herrera, Carlos, 1961- II. Universidad del Pacífico (Lima). Centro de Investigación
658.8 S29

172

Schwalb, María Matilde.

Un estudio de la valoración del consumidor limeño sobre responsabilidad social del marketing / María Matilde Schwalb Helguero. -- 2009.

xiii, 488 p.: il., diagrs. col. ; 30 cm.

Bibliografía: p. [393]-415.

1. Marketing--Aspectos sociales 2. Responsabilidad social de la empresa 3. Comportamiento del consumidor--Perú--Lima I. Universidad de Deusto. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

658.802 S29

173

Sheth, Jagdish N.

Marketing theory : evolution and evaluation / Jagdish N. Sheth, David M. Gardner, Dennis E. Garrett. -- New York : J. Wiley & Sons, 1988.

xi, 231 p. ; 23 cm.

Bibliografía: p. 203-231.

1. Marketing I. Gardner, David Morgan, 1936- II. Garrett, Dennis E.

658.8001 S47

174

Solomon, Michael R.

Marketing : real people, real choices / Michael R. Solomon, Elnora W. Stuart. -- Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall, 1997.

xxvi, 774 p. : il. col ; 28 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

1. Orientación profesional--Marketing 2. Marketing I. Stuart, Elnora W.

658.8 S66

175

Stanton, William J.

[Marketing. Español]

Fundamentos de marketing / William J. Stanton, Michael J., Etzrael, Walker, Bruce J. -- 13a. edición. -- México, D.F.: McGraw-Hill, 2004.

xxi, 764, [59] p. : il. col., diagrs., mapas ; 27 cm. + 1 CD-ROM.

Glosario: p. G1-G15.

Incluye referencias bibliográficas (p. N1-N22) e índices.

1. Marketing--Estudio de casos I. Etzel, Michael J. II. Walker, Bruce J.

658.8 S78 2004

176

Stanton, William J.

Fundamentos de marketing / William J. Stanton, Michael J. Etzel, Bruce J. Walker. -- Decimocuarta edición. -- México, D.F. : McGraw-Hill, 2007.

741 p. : il. col., diagrs., mapa ; 27 cm. + 1 CD-ROM.

Incluye índice.

Glosario: p. 715-729.

Bibliografía: p. 689-711.

1. Marketing--Estudio de casos I. Etzel, Michael J. II. Walker, Bruce J.

658.8 S78 2007

177

Taylor, James Walter, 1933-

[Marketing planning. Español]

Planeación de mercadotecnia : una guía paso a paso / James W. Taylor. -- México, D.F. : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997.

xxii, 365 p. ; 22 cm.

1. Marketing--Planificación--Manuales 2. Planificación estratégica 3. Análisis de mercado

658.802 T27

178

Trout, Jack.

[Differentiate or die: survival in our era of killer competition. Español]

Diferenciarse o morir : cómo sobrevivir en un entorno competitivo de alto riesgo / Jack Trout con Steve Rivkin. -- Madrid : McGraw-Hill, 2001.

x, 210 p. ; 23 cm. -- (Serie McGraw-Hill de management)

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing 2. Planificación estratégica 3. Competencia económica 4. Técnicas de ventas 5.

Productos de marca--Publicidad I. Rivkin, Steve, 1947-

658.802 T82

179

Universidad del Pacífico (Lima). Facultad de Administración y Contabilidad.

Premios a la efectividad en marketing y publicidad, Perú - 2005 /coordinación general Gina Pipoli. -
- Lima : Universidad del Pacífico, Facultad de Administración y Contabilidad, 2005.

1 v. : il. ; 21 x 32 cm.

"Casos ganadores de los Premios Effie Perú 2005, las mejores prácticas del marketing"--Cubierta.

Contenido: Categoría Productos: Caso American Colors -- Categoría Servicios: Caso Telefónica --

Categoría Retailer: Caso Blockbuster -- Categoría Lanzamiento de nuevos productos: Caso

Excedrin -- Categoría Lanzamiento de nuevos servicios: Caso Nextel del Perú -- Categoría

promociones: Caso Corporación E. Wong -- Categoría Bajo presupuesto: Nutrimóvil de Nestlé.

1. Premios Effie Perú 2. Marketing--Premios--Perú 3. Publicidad--Premios--Perú 4. Marketing--

Estudios de casos I. Pipoli de Azambuja, Gina

658.8079 P 2005/P

180

Vildósola Basay, Mario.

Gerencia de marketing / Mario Vildósola Basay. -- Lima : Fondo Editorial de la UNMSM, 2009.

809 p. ;23 cm.

Incluye bibliografía.

1. Marketing I. Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Lima)

658.8 V65

181

Vildósola Basay, Mario.

Gestión de mercadotecnia / Mario Vildósola Basay. -- Tercera reimpresión. – Lima : Universidad de Lima, 2004.

467 p. : diagrs. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

Contenido: La administración de la mercadotecnia -- Análisis situacional -- Estrategias y programas de mercadotecnia -- Coordinación y control de las estrategias y programas de mercadotecnia -- Áreas especiales en mercadotecnia.

1. Marketing--Administración 2. Análisis de mercado

658.8 V65G

182

Vildósola Basay, Mario.

Marketing de servicios : mercado y cliente en el caso peruano / Mario Vildósola Basay. -- Lima : Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2007.

347 p. : il. ; 22 cm. -- (Serie administración & negocios)

Bibliografía: p. 343-347.

Contenido: Características generales de los servicios -- Las estrategias de los servicios y la creación de valor -- La satisfacción del cliente, una constante en toda la organización.

1. Marketing de servicios--Perú 2. Industrias de servicios--Perú--Marketing 3. Relaciones con los clientes 4. Satisfacción del cliente

658.804 V65

183

Voto-Bernales, Andrés.

Consultas de marketing : para mercados en recesión / Andrés Voto-Bernales. – Lima : Mercados Consultora y Publicaciones, 1999.

210 p. : diagrs. ; 19 cm.

1. Marketing--Investigación 2. Marketing--Perú--Estudio de casos

658.802 V87

184

Voto-Bernales, Andrés.

Consultas de marketing : para mercados en recesión / Andrés Voto-Bernales. -- Segunda edición. - - Lima: MacroMarketing Consultores, 2000.

210 p. : diagrs. ; 19 cm.

1. Marketing--Investigación 2. Marketing--Perú--Estudio de casos

658.802 V87 2000

185

Webster, Frederick E.

[Industrial marketing strategy. Español]

Estrategia de marketing industrial / Frederick E. Webster, Jr. -- Madrid: Ediciones Díaz de Santos, 1994.

xiv, 430 p. : il., diagrs. ; 21 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing industrial--Administración

658.804 W35

186

Weinreich, Nedra Kline.

Hands-on social marketing: a step-by-step guide / Nedra Kline Weinreich. -- Thousand Oaks, California: Sage Publications, 1999.

x, 262 p. ; 28 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 223-240) e índice.

1. Marketing social 2. Programas sociales--Marketing--Guía

658.804 W42

187

Westwood, John, 1947-

[The marketing plan. Español]

Planeación de mercados : análisis, evaluación, estrategias / John Westwood. -- Bogotá: Legis, 1991.

x, 234 p. : diagrs. ; 23 cm. -- (Serie empresarial)

Incluye referencias bibliográficas (p. 225) e índice.

1. Marketing--Planificación 2. Planificación estratégica

658.802 W48

188

Wilson, Aubrey.

[New directions in marketing: business-to-business strategies for the 1990s. Español]

Nuevas tendencias en marketing : estrategias para los años noventa / Aubrey Wilson. -- Bilbao: Ediciones Deusto, 1992.

231 p. : diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: Comprar y vender: asociaciones estratégicas -- La empresa como organismo de marketing -- El servicio, elemento del valor añadido -- Mercados lejanos -- Problemas del marketing.

1. Marketing 2. Sistema justo a tiempo

658.802 W58

189

Wise, Tom, 1934-

¡Si, se puede! : tácticas y estrategias de empresas ganadoras / Tom Wise. -- Buenos Aires : Granica, 2000.

283 p.: il. ; 22 cm. -- (Marketing)

Incluye índice.

1. Marketing--Estudio de casos 2. Planificación empresarial--Argentina 3. Relaciones con los clientes 4. Éxito en los negocios--Estudio de casos

658.802 W73

190

Wolff, Jürgen.

[Do something different. Español]

Haz algo diferente : técnicas de dirección y marketing probadas para transformar su empresa / Jürgen Wolff. -- Barcelona: Gestión 2000, 2002.

236 p. ; 23 cm.

1. Marketing--Administración--Estudio de casos 2. Toma de decisiones 3. Aptitud creadora--Marketing
658.802 W78

191

Wong, Ken K.

Approved marketing plans for new products and services / Ken K. Wong. -- New York: IUniverse, 2010.

xvi, 171 p. : il., diagrs. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 167) e índice.

1. Marketing--Planificación 2. Productos nuevos--Marketing
658.802 W783

192

Zeithaml, Valarie A.

[Services marketing: integrating customer focus across the firm. Español]

Marketing de servicios : un enfoque de integración del cliente a la empresa / Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner. -- Segunda edición. -- México, D.F. : McGraw-Hill, 2002.

xxxii, 747 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: El cliente como elemento central -- Escuchar los requerimientos del cliente -- Alineando la estrategia, diseño del servicio y estándares -- Prestación y desempeño del servicio -- Administrando las promesas de servicio -- Panorama global: cómo cerrar todas las brechas.

1. Marketing de servicios 2. Industrias de servicios--Estudio de casos 3. Servicio al cliente 4. Satisfacción del cliente I. Bitner, Mary Jo
658.804 Z61 2002

658.81 Gerencia de ventas

193

Albrecht, Karl, 1941-

[At America's service. Español]

La revolución del servicio / Karl Albrecht. -- Bogotá : Legis Fondo Editorial, 1991.

x, 236 p. : il. ; 23 cm. -- (Serie empresarial)

"El toque personal que conserva y cautiva clientes"--Cubierta.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Servicio al cliente--Estados Unidos--Administración 2. Industrias de servicios--Estados Unidos--Administración
658.812 A36

194

Albrecht, Karl, 1941-

[At America's service. Español]

La revolución del servicio : lo único que cuenta es un cliente satisfecho / Karl Albrecht. -- Santafé de Bogotá : 3R Editores, 1998.

x, 235 p. : il. ; 23 cm. -- (Temas gerenciales)

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Servicio al cliente--Estados Unidos--Administración 2. Industrias de servicios--Estados Unidos-Administración 3. Satisfacción del cliente
658.812 A36 1998

195

Alcaide Casado, Juan Carlos.

Alta fidelidad : técnicas e ideas operativas para lograr la lealtad del cliente a través del servicio / Juan Carlos Alcaide Casado. -- Madrid : ESIC, 2002.

239 p. : il. ; 24 cm.

Bibliografía: p. [235].

1. Servicio al cliente 2. Lealtad del consumidor 3. Marketing relacional 4. Satisfacción del cliente
658.812 A37

196

Alet, Josep.

Marketing relacional : cómo obtener clientes leales y rentables / Josep Alet i Vilaginés. -- Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1994.

190 p. : il. ; 26 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

1. Marketing relacional 2. Relaciones con los clientes 3. Lealtad del consumidor 4. Satisfacción del cliente
658.812 A39

197

Alet, Josep.

Marketing relacional : cómo obtener clientes leales y rentables / Josep Alet i Vilaginés. -- 3a edición, revisada y actualizada. -- Barcelona : Gestión 2000, 2004.

279 p. : il. ; 23 cm.

1. Marketing relacional 2. Relaciones con los clientes 3. Lealtad del consumidor 4. Satisfacción del cliente
658.812 A39 2004

198

Anderson, Kristin, 1962-

[Customer relationship management. Español]

CRM para directivos / Kristin Anderson, Carol Kerr. -- Madrid : McGraw-Hill/Interamericana, 2003.

xvi, 187 p. : il. ; 21 cm. -- (Directivos hoy)

"Convierta la información acerca de los clientes en acciones inteligentes; diseñe sistemas que potencien las asociaciones de clientes; controle y supervise"--Cubierta.

Incluye índice.

1. Relaciones con los clientes 2. Técnicas de ventas I. Kerr, Carol
658.812 A59

199

Anderson, Rolph E.

[Professional sales management. Español]

Administración de ventas / Rolph E. Anderson, Joseph F. Hair Jr., Alan J. Bush. -- Segunda edición. -- México, D.F. : McGraw-Hill, 1995.

xviii, 688 p. : diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

1. Administración de ventas 2. Marketing-Administración I. Hair, Joseph F. II. Bush, Alan J.
658.81 A59 1995

200

Artal Castells, Manuel.

Dirección de ventas : organización del departamento comercial y gestión de vendedores / Manuel Artal Castells. -- Madrid : ESIC Editorial, 1999.

468 p. : diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

Contenido: Definición de las estrategias de venta -- El vendedor -- Realización de las estrategias de venta.

1. Administración de ventas 2. Personal de ventas--Administración 3. Motivación del empleado
658.81 A78

201

Barlow, Janelle, 1943-

[A complaint is a gift: using customer feedback as a strategic tool. Español]

Una queja es un favor : cómo utilizar los comentarios de los clientes como herramienta estratégica / Janelle Barlow, Claus Moller. -- Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1999.

x, 251 p. ; 23 cm.

Contenido: Las quejas: el vínculo vital con los clientes -- Aplicación práctica de la estrategia la queja como un favor -- Cómo lograr una organización receptiva a las quejas.

1. Quejas del consumidor 2. Servicio al cliente 3. Satisfacción del cliente I. Moller, Claus, 1942-
658.812 B24

202

Barlow, Janelle, 1943-

[Emotional value: creating strong bonds with your customers. Español]

Valor emocional en el servicio : estrategias para crear, conservar y fortalecer las relaciones con sus clientes / Janelle Barlow y Dianna Maul. -- México, D.F. : Compañía Editorial Continental, 2003.

xxii, 345 p. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: Instaura una cultura de servicio emotivo-amigable -- Opte por la competencia emocional -- Maximice con empatía las experiencias de los clientes -- Vea las quejas como oportunidades emocionales -- Recorra vínculos emocionales para aumentar la lealtad de los clientes.

1. Servicio al cliente 2. Relaciones con los clientes 3. Lealtad del consumidor 4. Inteligencia emocional I. Maul, Dianna, 1950-
658.812 B24V

203

Barreiro Fernández, José M. 1957-

Rentabilice su gestión gracias al CRM / José M. Barreiro Fernández, Begoña Barreiro Fernández, José Díez de Castro, Fernando Losada Pérez, Emilio Ruza Sanmartín. -- A Coruña : Netbiblo, 2004.

155 p. : il. ; 25 cm.

Bibliografía: p. 141-143.

Contenido: Antecedentes y determinantes del CRM -- CRM estratégico -- CRM operativo.

1. Relaciones con los clientes 2. Marketing relacional 3. Planificación estratégica I. Barreiro Fernández, Begoña, 1971- II. Díez de Castro, José Alberto, 1956- III. Losada Pérez, Fernando, 1964- IV. Ruzo Sanmartín, Emilio, 1972-
658.812 B253

204

Barroso Castro, Carmen

Marketing relacional / Carmen Barroso Castro, Enrique Martín Armario. -- Madrid : ESIC, 1999.
247 p. : il. ; 22 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

1. Marketing relacional 2. Relaciones con los clientes 3. Servicio al cliente 4. Análisis de mercado I. Martín Armario, Enrique

658.812 B25

205

Berry, Leonard L., 1942-

[Discovering the soul of service: the nine drivers of sustainable business success. Español]

Cómo descubrir el alma del servicio : los nueve motores del éxito empresarial sostenido / Leonard L. Berry. -- Buenos Aires : Granica, 2000.

379 p. : il. ; 21 cm. -- (Management)

Incluye referencias bibliográficas (p. 353-360) e índice.

1. Servicio al cliente--Administración--Estudio de casos 2. Industrias de servicios

658.812 B46

206

Berry, Leonard L., 1942-

[Marketing services: competing through quality. Español]

Marketing en las empresas de servicios : compita mediante la calidad / Leonard L. Berry, A. Parasuraman. -- Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1993.

271 p. ; 21 cm.

Bibliografía: p. [255]-271.

1. Servicio al cliente 2. Industrias de servicios--Marketing 3. Marketing de servicios I. Parasuraman, A.

658.812 B46M

207

Blanco Prieto, Antonio.

Atención al cliente / Antonio Blanco Prieto. -- Madrid : Ediciones Pirámide, 2001.

167 p. : il. ; 22 cm. -- (Empresa y gestión)

Bibliografía: p. [163]-167.

1. Servicio al cliente 2. Relaciones públicas 3. Comportamiento del consumidor 4. Consumidores

658.812 B61

208

Brown, Stanley A., 1946-

[Customer relationship management: a strategic imperative in the world of business. Español]

Administración de las relaciones con los clientes : un imperativo estratégico para las organizaciones de negocios / Stanley A. Brown. -- México, D.F. : Oxford University Press, 2001.

xxxiv, 352 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

Contenido: Principios básicos de la administración de la relación con el cliente(CRM): panorama -- Construcción e implantación de la estrategia de clientes: panorama -- Necesidad de estrategias de canales y productos eficaces: panorama -- La estrategia de infraestructura: panorama --Habilitación de la estrategia de CRM: panorama.

1. Relaciones con los clientes--Administración 2. Comercio electrónico

658.812 B84

209

Brunetta, Hugo.

Del marketing relacional al CRM : gerenciamiento de las relaciones con el cliente / Hugo Brunetta. -- Buenos Aires : Distal, 2008.

229 p. : il. ; 22 cm.

Bibliografía: p. 227-229.

1. Marketing relacional 2. Servicio al cliente 3. Lealtad del consumidor 4. Relaciones con los clientes

658.812 B85

210

Cañamero, Roberto.

Gerencia de ventas competitivas : las siete leyes de la administración de fuerzas de ventas exitosas / Roberto Cañamero. -- Lima : Editorial Brasa, 2000.

272 p. : diagrs. ; 20 cm.

Bibliografía: p. 271-272.

1. Administración de ventas 2. Selección de personal--Evaluación 3. Motivación del empleado 4. Promoción de ventas

658.81 C26

211

Chiesa de Negri, Cosimo.

CRM : las cinco pirámides del marketing relacional : cómo conseguir que los clientes lleguen para quedarse / Cosimo Chiesa de Negri. -- Edición revisada. -- Barcelona : Deusto, 2009.

352 p. : il., diagrs. ; 22 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 345-352) e índice.

Contenido: La necesidad de fidelizar clientes -- Un modelo conceptual -- Primer peldaño: calidad personal e inteligencia emocional -- Segundo peldaño: satisfacción de los empleados -- Tercer peldaño: la excelencia en el proceso comercial -- Cuarto peldaño: valor por esfuerzo -- Quinto peldaño: estrategias de marketing -- Sugerencias para implementar un programa de marketing relacional.

1. Marketing relacional 2. Relaciones con los clientes 3. Lealtad del consumidor 4. Marketing de servicios

658.812 C552

212

Coe, John M.

The fundamentals of business to business, sales and marketing / John M. Coe. -- New York : McGraw-Hill, 2004.

xiii, 240 p. : diagrs. ; 23 cm.

Incluye índice.

1. Administración de ventas 2. Técnicas de ventas 3. Marketing industrial
658.81 C73

213

Cram, Tony.

[Customers that count: how to build living relationships with your mostvaluable customers. Español]
Estreche las relaciones con los clientes que cuentan : nuevos retos en la atención al cliente / Tony
Cram. -- Madrid : Prentice Hall, 2003.

xii, 308 p. : diagrs. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: Comprender las relaciones -- Iniciar la relación -- Vivir la relación --Evaluar la relación.

1. Relaciones con los clientes 2. Lealtad del consumidor 3. Marketing relacional

658.812 C87

214

Cuesta, Félix.

Fidelización... un paso más allá de la retención : el marketing directo, el despliegue CRM y la
empresa virtual / Félix Cuesta Fernández.-- Madrid : McGraw-Hill, 2003.

xviii, 278 p. : il., diagrs. ; 23 cm.

Bibliografía: p. 277-278.

1. Lealtad del consumidor 2. Servicio al cliente 3. Marketing relacional 4. Satisfacción del cliente

658.812 C95

215

Dalrymple, Douglas J.

[Sales management: concepts and cases. Español]

Administración de ventas : conceptos y casos / Douglas J. Dalrymple, William L. Cron. -- México,
D.F. : Limusa, 1999.

xvii, 874 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

Contenido. Desarrollo de la función de ventas -- Planeación estratégica de ventas-- Elaboración de
un programa de ventas -- Motivación y control de la fuerza de ventas.

1. Administración de ventas--Estudio de casos 2. Marketing I. Cron, William L., 1949-

658.81 D18

216

Day, George S.

[The market driven organization: understanding, attracting, and keepingvaluable customers.
Español]

La organización que actúa en función del mercado : cómo entender, atraer y mantener a los clientes
valiosos / George S. Day. -- Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2000.

xiii, 353 p. : il. ; 22 cm.

Contenido: ¿Qué es la orientación hacia el mercado? -- Construcción de las capacidades --
Consonancia entre la organización y el mercado.

1. Servicio al cliente 2. Relaciones con los clientes 3. Administración de ventas 4. Satisfacción del
cliente

658.812 D33

217

Eiglier, Pierre.

[Servuccion: le marketing des services. Español]

Servucción : el marketing de servicios / Pierre Eiglier, Eric Langeard. -- Madrid : McGraw-Hill, 1993.
xix, 220 p. : il. ; 23 cm. -- (Serie McGraw-Hill de management)

Incluye referencias bibliográficas.

Contenido: Gestión de las servucciones -- El marketing mix de la empresa de servicio en red -- Los nuevos servicios.

1. Marketing de servicios 2. Servicio al cliente 3. Comportamiento del consumidor 4. Industrias de servicios I. Langeard, Éric

658.812 E34

218

Facci, Carlos.

Venta de bienes y servicios industriales / Carlos Facci. -- Buenos Aires : Ugerman Editor, 2001.

293 p. : diagrs. ; 21 cm. -- (Temática empresarial)

Bibliografía: p. 289-293.

1. Técnicas de ventas 2. Marketing industrial 3. Selección de personal 4. Personal de ventas-- Administración 5. Telemarketing

658.8102 F12

219

Fernández, Arturo Nelson.

Precio y valor : claves estratégicas del éxito empresario / Arturo Nelson Fernández, Daniel Domingo Loíacono. -- Buenos Aires : Ugerman Editor, 2001.

294 p. : diagrs. ; 21 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 287-292).

Contenido: Análisis de situación -- Análisis estratégico de precios -- Análisis instrumental.

1. Control de precios 2. Política de precios 3. Planificación estratégica I. Loíacono, Daniel Domingo

658.816 F39

220

Fernández, Pablo, 1957-

La gestión del marketing de servicios : principios y aplicaciones para la actividad gerencial / Pablo Fernández, Héctor Bajac. -- Buenos Aires : Granica, 2003.

499 p. : il. ; 22 cm. -- (Marketing)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Marketing de servicios 2. Servicio al cliente--Evaluación 3. Satisfacción del cliente 4. Industrias de servicios I. Bajac, Héctor

658.812 F39

221

Frazer-Robinson, John.

[Total quality marketing. Español]

El márketing de calidad total : el futuro inmediato de las ventas, el márketing y la publicidad / John Frazer-Robinson. -- Bilbao : Deusto, 1992.

272 p. : il. ; 23 cm.

1. Administración de ventas 2. Calidad total 3. Marketing

658.81 F81

222

Garofalo, Gene.

[The practical guide to sales & marketing management. Español]

Guía práctica para ventas y mercadotecnia / Gene Garofalo. -- México, D.F. : Prentice Hall, 2000.
xxiv, 392 p. ; 23 cm.

Incluye índice.

Contenido: La misión del marketing -- La misión de las ventas.

1. Administración de ventas--Guía 2. Marketing--Administración 3. Relaciones públicas 4. Servicio al cliente

658.81 G25G

223

Garofalo, Gene.

[Sales manager's desk book. Español]

Sólo para gerentes de ventas / Gene Garofalo. -- México, D.F. : Prentice Hall Hispanoamericana, 1997.

xxxii, 416 p. : il. ; 22 cm.

Incluye índice.

"Práctica antología de planes de acción, informes, programas de capacitación, itinerarios, formularios para el personal, muestras de presupuestos, cuotas de venta y cartas modelo"--Cubierta.

1. Administración de ventas--Manuales 2. Marketing

658.81 G25

224

Ginebra, Joan.

Dirección por servicio : la "otra" calidad, la "única" reingeniería / Joan Ginebra, Rafael Arana de la Garza. -- Segunda edición. -- México, D.F. : McGraw-Hill, 1999.

xxi, 258 p. : il. ; 23 cm.

1. Servicio al cliente-Administración 2. Servicio al cliente--Control de calidad 3. Industrias de servicios-Administración 4. Industrias de servicios--Control de calidad I. Arana de la Garza, Rafael

658.812 G47 1999

225

Godin, Seth.

[Permission marketing: turning strangers into friends, and friends into customers. Español]

El marketing del permiso : cómo convertir a los desconocidos en amigos y a los amigos en clientes / Seth Godin. -- Barcelona : Granica, 2001.

252 p. ; 22 cm. -- (Marketing)

Incluye índice.

1. Marketing relacional 2. Relaciones con los clientes 3. Publicidad

658.812 G56

226

Goñi Avila, Niria.

El precio : variable clave en marketing / Niria Goñi Avila. -- Lima : CENTRUM - Centro de Negocios, Pontificia Universidad Católica del Perú, 2008.

xiii, 193 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 192-193) e índices.

Contenido: Las finanzas en marketing -- Naturaleza de los precios -- Análisis de la demanda y oferta del producto para fijar el precio -- Precios en los servicios -- Fijación de precios a nivel internacional.

1. Control de precios 2. Precios I. Pontificia Universidad Católica del Perú

658.816 G73

227

Guerrero Álvarez, Carlos Eduardo.

Atraiga, enamore y retenga a sus clientes / Carlos Eduardo Guerrero Álvarez. -- Bogotá, D.C. : 3R Editores, 2004.

183 p. : diagrs. ; 23 cm. -- (Temas gerenciales)

Bibliografía: p. [182]-183.

Contenido: Marketing relacional -- Marketing de base de datos -- Marketing directo --E-marketing en la era digital.

1. Relaciones con los clientes 2. Marketing relacional 3. Satisfacción del cliente 4. Administración de ventas 5. Comercio electrónico

658.812 G87

228

Hair, Joseph F.

[Sales management. Español]

Administración de ventas : relaciones y sociedades con el cliente /Joseph F. Hair, Rolph E. Anderson, Rajiv Mehta, Barry J. Babin. -- México, D.F. : Cengage Learning, c2010.

xxvi, 462, [48] p. : il. ; 27 cm.

Glosario: p. G1-G12.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Administración de ventas--Estudio de casos I. Anderson, Rolph E. II. Mehta, Rajiv III. Babin, Barry J.

658.81 H16

229

Haksever, Cengiz.

Service management and operations / Cengiz Haksever, Barry Render, Roberta S. Russell, Robert G. Murdick. -- Second edition. -- Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall, 2000.

xx, 584 p. : il., diagrs. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Industrias de servicios--Administración 2. Industrias de servicios--Estudio de casos 3. Servicio al cliente I. Render, Barry II. Russell, Roberta S. III. Murdick, Robert G.

658.812 H16 2000

230

Harrell, Gilbert D.

Marketing : connecting with customers / Gilbert D. Harrell, Gary L. Frazier. -- Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall, 1999.

xix, 552, [20] p. : il. col. ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

1. Relaciones con los clientes 2. Satisfacción del cliente 3. Marketing--Administración I. Frazier, Gary L.
658.812 H22

231

Harvey, Christine.

[Successful selling. Español]

Aprenda todas las estrategias de venta en una semana / Christine Harvey. -- Segunda edición. -- Barcelona : Plaza & Janés, 1996.

85 p. : diagrs. ; 20 cm.

"Planificar el éxito, mantenerse fiel a los objetivos, presentar y cerrar una venta, automotivarse"--
Cubierta.

1. Administración de ventas--Planificación 2. Planificación estratégica

658.8101 H22 1996

232

Hayes, Bob E., 1963-

[Measuring customer satisfaction. Español]

Cómo medir la satisfacción del cliente : desarrollo y utilización de cuestionarios / Bob E. Hayes. -- Barcelona : Gestión 2000, 1995.

191 p. : diagrs. ; 22 cm.

Bibliografía: p. 189-191.

1. Satisfacción del cliente--Medición 2. Relaciones con los clientes 3. Cuestionarios

658.812 H283

233

Hayes, Bob E., 1963-

[Measuring customer satisfaction: survey design, use, and statistical analysis methods. Español]

Cómo medir la satisfacción del cliente : diseño de encuestas, uso y métodos de análisis estadístico / Bob E. Hayes. -- Segunda edición. -- México, D.F. : Alfaomega: Oxford University Press, 2006.

xvii, 271 p. : diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [253]-257) e índice.

1. Satisfacción del cliente--Métodos estadísticos 2. Relaciones con los clientes 3. Cuestionarios

658.812 H283 2006

234

Hayes, Jenny.

Managing customer service / Jenny Hayes and Frances Dredge. -- Aldershot, Hampshire, [Inglaterra] : Gower, 1998.

xii, 169 p. ; 24 cm.

Incluye índice.

1. Servicio al cliente I. Dredge, Frances

658.812 H28

235

Heskett, James L.

[Service breakthroughs: changing the rules of the game. Español]

Cambios creativos en servicios / James L. Heskett, W. Earl Sasser, Jr., Christopher W.L. Hart. -- Madrid : Ediciones Díaz de Santos, 1993.

xvii, 367 p. : il. ; 21 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 337-352) e índice.

1. Servicio al cliente 2. Administración de ventas I. Sasser, W. Earl. II. Hart, Christopher W. L.
658.812 H48

236

Hiebeler, Robert.

[Best practices: building your business with customer-focused solutions. Español]

Las mejores prácticas : Arthur Andersen identifica soluciones enfocadas en el cliente para disparar los resultados de la empresa / Robert Hiebeler, Thomas B. Kelly, Charles Ketteman. -- Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1998.

xvi, 262 p. ; 23 cm.

Incluye índice.

1. Servicio al cliente--Administración--Estudio de casos 2. Servicio al cliente--Control de calidad--Estudio de casos 3. Administración industrial--Estudio de casos I. Kelly, Thomas B. II. Ketteman, Charles. III. Arthur Andersen & Co.

658.812 H51

237

Horovitz, Jacques, 1947-

[Service strategy: management moves for customer results. Español]

Los secretos del servicio al cliente : movimientos de la dirección para obtener resultados con los clientes / Jacques Horovitz. -- 2a edición. -- Madrid : Prentice Hall, 2006.

xvi, 226 p. : il. ; 24 cm.

Incluye índice.

1. Servicio al cliente--Administración 2. Satisfacción del cliente 3. Relaciones con los clientes

238

Horovitz, Jacques, 1947-

[The seven secrets of service strategy. Español]

Los siete secretos del servicio al cliente / Jacques Horovitz. -- Madrid : Prentice Hall, 2000.

xvii, 146 p. : il. ; 24 cm.

Incluye índice.

Bibliografía: p. 139.

1. Servicio al cliente--Administración 2. Relaciones con los clientes

658.812 H76

239

Huete, Luis María.

Servicios & beneficios : la fidelización de clientes y empleados a inteligencia emocional en los negocios / Luis María Huete; con la colaboración de Juan Serrano e Íñigo Soler. -- Bilbao : Deusto, 1997.

244 p. : il. ; 23 cm.

Subtítulo de la cubierta.

Bibliografía: p. [235]-241.

1. Servicio al cliente 2. Satisfacción del cliente 3. Satisfacción en el trabajo 4. Industrias de servicios 5. Inteligencia emocional I. Serrano, Juan, 1963- II. Soler, Íñigo

658.812 H87

240

Hughes, G. David (George David)

[Sales management: a career path approach. Español]

Administración de ventas : un enfoque de orientación profesional / G.David Hughes, Daryl McKee, Charles H. Singler. -- México, D.F. : International Thomson Editores, 2000.

xx, 453 p. : diagrs. ; 26 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

1. Administración de ventas 2. Personal de ventas I. McKee, Daryl O. II. Singler, Charles H.

658.81 H88

241

Jay, Ros.

[Smart things to know about customers. Español]

Smart, lo fundamental y lo más efectivo acerca de los clientes / Ros Jay. -- Santafé de Bogotá : McGraw Hill, 2000.

viii, 197 p. : il. ; 21 cm. -- (Smart)

Incluye índice.

1. Servicio al cliente 2. Relaciones con los clientes 3. Lealtad del consumidor 4. Marketing relacional

658.812 J28

242

Johnson, Eugene M.

[Sales management: concepts, practices and cases. Español]

Administración de ventas : conceptos, prácticas y casos / Eugene M.Johnson, David L. Kurtz, Eberhard E. Scheuing. -- Segunda edición. -- Santafé de Bogotá : McGraw-Hill, 1996.

xxiv, 784 p. : ill. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 721-753) e índices.

1. Administración de ventas--Estudio de casos 2. Personal de ventas 3. Marketing I. Kurtz, David L. III. Scheuing, Eberhard E. (Eberhard Eugen), 1939-

658.81 J67 1996

243

Johnston, Mark W.

[Churchill/Ford/Walker's sales force management. Español]

Administración de ventas / Mark W. Johnston, Greg W. Marshall. -- Séptima edición. -- México, D.F. : McGraw-Hill, 2004.

xxi, 659 p. : il. ; 25 cm. + 1 CD-ROM

Tributo a Gil Churchill, Neil Ford y ORV Walker.

Incluye referencias bibliográficas (p. 619-638) e índices.

Contenido: Formulación del programa de ventas -- Implantación del programa de ventas -- Evaluación y control del programa de ventas.

1. Administración de ventas--Estudio de casos 2. Planificación estratégica I. Marshall, Greg W.

658.81 J67 2004

244

Johnston, Mark W.

Administración de ventas / Mark W. Johnston, Greg W. Marshall. -- Novena edición. -- México, D.F. : McGraw-Hill, 2009.

xviii, 498 p. : il., diagrs. ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas (475-487) e índices.

Contenido: Formulación del programa de ventas -- Implantación del programa de ventas -- Evaluación y control del programa de ventas.

1. Administración de ventas--Estudio de casos 2. Planificación estratégica 3. Personal de ventas I. Marshall, Greg W.

658.81 J67 2009

245

Kurtz, David L.

Services marketing / David L. Kurtz, Kenneth E. Clow. -- New York : J. Wiley & Sons, c1998.

xxii, 570 p. : il. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Industrias de servicios--Marketing 2. Servicio al cliente 3. Marketing I. Clow, Kenneth E.

658.812 K96

246

Lehu, Jean-Marc.

[La fidélisation-client. Español]

Fidelizar al cliente : marketing, internet e imagen de marca / Jean-MarcLehu. -- Barcelona : Paidós, 2001.

379 p. : diagrs. ; 22 cm. -- (Paidós empresa ; 88)

Incluye índice.

Bibliografía: p. [331]-360

1. Lealtad del consumidor 2. Satisfacción del cliente 3. Comercio electrónico

658.812 L41

247

Lescano Duncan, Lucio.

La disciplina del servicio / Lucio Lescano Duncan. -- Lima : Universidad del Pacífico, Centro de Investigación, 2001.

227 p. : il. ; 21 cm. -- (Apuntes de estudio ; 41)

Bibliografía: p. [225]-227.

1. Servicio al cliente 2. Relaciones con los clientes 3. Marketing de servicios I. Universidad del Pacífico (Lima). Centro de Investigación

658.812 L51

248

Lovelock, Christopher H.

[Services marketing: people, technology, strategy. |Español]

Marketing de servicios : personal, tecnología y estrategia / ChristopherLovelock, Jochen Wirtz. -- 6a ed. -- México, D.F. : Pearson Educación, 2009.

xxii, 647 p. : il. ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing 2. Marketing de servicios 3. Industrias de servicios 4. Servicio al cliente I. Wirtz, Jochen

658.812 L93

249

Marconi, Joe.

Creating the marketing experience : new strategies for building relationships with your target market / Joe Marconi. -- Ohio : Thomson, 2005.

335 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 327-329) e índice.

Contenido: Planning the marketing experience -- Interpreting the marketing experience and taking a closer look.

1. Marketing relacional 2. Relaciones con los clientes

658.812 M26

250

[Markets of one: creating customer-unique value through mass customization. Español]

Marketing 1x1 : cada cliente es un mercado / compilado por James H. Gilmore, B. Joseph Pine II. -- Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2000.

xxxiii, 265 p. : diagrs. ; 23 cm. -- (Harvard business review)

Incluye referencias bibliográficas.

La muerte de los mercados masivos -- Servicio al cliente eficiente y singular -- El negocio de la individualización.

1. Servicio al cliente 2. Marketing de servicios 3. Administración de la producción I. Gilmore, James H., 1959- II. Pine, B. Joseph

658.812 M

251

Marn, Michael V.

The price advantage / Michael V. Marn, Eric V. Roegner, Craig C. Zawada. -- Hoboken, New Jersey : John Wiley & Sons, 2004.

xvi, 288 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Control de precios 2. Productos nuevos--Precios 3. Política de precios I. Roegner, Eric V. II. Zawada, Craig C.

658.816 M26

252

Miguel Dávila, José-Angel.

Calidad del servicio en el sector turístico / José-Angel Miguel Dávila. -- A Coruña : Netbiblo, 2002.

239 p. : il. ; 24 cm.

Bibliografía: p. 209-239.

1. Servicio al cliente--Control de calidad 2. Satisfacción del cliente 3. Administración hotelera--Control de calidad

658.812 M55

253

Nagle, Thomas T., 1951-

[The strategy and tactics of pricing: a guide to profitable decisionmaking. Español]

Estrategia y tácticas para la fijación de precios : guía para tomar decisiones beneficiosas / Thomas T. Nagle, Reed K. Holden. -- Segunda edición. -- Barcelona : Granica, 1998.

573 p. : il. ; 22 cm. -- (Management master)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Control de precios 2. Toma de decisiones--Marketing 3. Política de precios I. Holden, Reed K.
658.816 N16 1998

254

Pancorvo Concuera, Jorge.

Organizaciones de servicios : conceptos, operatividad y gestión, mássiete casos peruanos / JorgePancorvo Concuera. -- Piura : Universidad de Piura, 2001.

334 p. : il. ; 23 cm.

1. Servicio al cliente--Perú--Estudio de casos 2. Industrias de servicios--Perú 3. Satisfacción del cliente

658.812 P23

255

Peppers, Don.

Managing customer relationships : a strategic framework / Don Peppers,Martha Rogers. -- Second edition. -- Hoboken, N.J. : Wiley, c2011.

xv, 512 p. : il. ; 26 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Relaciones con los clientes--Administración 2. Preferencias de los consumidores 3. Marketing relacional 4. Servicio al cliente I. Rogers, Martha, 1952-

658.812 P42M 2011

256

Peppers, Don.

[The one to one future. Español]

Uno por uno : el marketing del siglo XXI / Don Peppers y Martha Rogers. -- Buenos Aires : J. Vergara, 1996.

340 p. ; 22 cm. -- (Business class)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Relaciones con los clientes 2. Preferencias de los consumidores 3. Promoción de ventas 4. Segmentación del mercado I. Rogers, Martha, 1952-

658.812 P42

257

Peters, Thomas J.

[Professional service firm 50. Español]

La empresa de servicios profesionales 50, o, ¡Cincuenta maneras detransformar su "departamento" en una empresa de servicios profesionales,cuyas marcas registradas sean la pasión y la innovación! / Tom Peters. -- Buenos Aires : Atlántida, 2000.

278 p. ; 18 cm. -- (Reinventando el management)

Bibliografía: p. 272-273.

1. Servicio al cliente--Administración 2. Industrias de servicios--Administración

258

Piercy, Nigel.

Strategic customer management : strategizing the sales organization /Nigel F. Piercy and Nikala Lane. -- Oxford ; New York : Oxford University Press, 2009.

xvi, 321 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Relaciones con los clientes--Administración 2. Servicio al cliente I. Lane, Nikala.
658.812 P54

259

Plancarte, Rodrigo.

El servicio como poder de cambio : la característica distintiva en los negocios / Rodrigo Plancarte ; prólogo de Karl Albrecht. -- Tercera edición. -- Monterrey, Nuevo León : Ediciones Castillo, 1998.
x, 201 p. ; 22 cm.

Bibliografía: p. 201.

1. Servicio al cliente--Control de calidad 2. Industrias de servicios--Control de calidad 3. Satisfacción del cliente 4. Competencia económica
658.812 P66 1998

260

Prieto Herrera, Jorge Eliécer.

El servicio en acción : la única forma de ganar todos / Jorge Eliécer Prieto Herrera. -- Bogotá : Ecoe Ediciones, 2005.

xiii, 116 p. : il. ; 24 cm. -- (Textos universitarios. Administración y mercadeo)

Bibliografía: p. [115]-116.

1. Servicio al cliente 2. Marketing

658.812 P86

261

Reichheld, Frederick F.

[The loyalty effect. Español]

El efecto de la lealtad / Frederick F. Reichheld. -- Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1996.

xvii, 461 p. : diagrs. ; 22 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 457-461)

1. Lealtad del consumidor 2. Relaciones con los clientes 3. Satisfacción del cliente 4. Satisfacción en el trabajo 5. Productividad del trabajo

658.812 R362 1996

262

Reichheld, Frederick F.

The loyalty effect : the hidden force behind growth, profits, and lasting value / Frederick F. Reichheld with Thomas Teal. -- Boston, Massachusetts : Harvard Business School Press, 1996.

xviii, 323 p. : diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 311-314) e índice.

1. Lealtad del consumidor 2. Relaciones con los clientes 3. Satisfacción del cliente 4. Satisfacción en el trabajo 5. Productividad del trabajo I. Teal, Thomas, 1937-

658.812 R362

263

Reinares Lara, Pedro.

Los 100 errores del CRM : mitos, mentiras y verdades del marketing de relaciones / Pedro Reinares. -- Madrid : ESIC Editorial, 2005.

179 p. : diagrs. ; 21 cm. -- (Divulgación)

"Que se equivoquen otros! Una excelente selección de los principales problemas que las organizaciones se encuentran en la implementación de las soluciones CRM, tratados con humor y rigor"--Cubierta.

Bibliografía: p. [177]-179.

1. Marketing relacional 2. Relaciones con los clientes 3. Lealtad del consumidor
658.812 R365

264

Reinares Lara, Pedro.

Marketing relacional : un nuevo enfoque para la seducción y fidelización del cliente / Pedro J. Reinares Lara, José Manuel Ponzoa Casado. -- Madrid : Prentice Hall, 2002.

xiv, 303 p. : il. ; 25 cm. -- (Financial times)

Bibliografía: p. 293-303.

1. Marketing relacional 2. Relaciones con los clientes 3. Servicio al cliente I. Ponzoa Casado, José Manuel

658.812 R36

265

Reyes, Florián.

Marketing y ventas de productos industriales / Florián Reyes. -- Madrid : ESIC Editorial, 1993.

217 p. : diagrs. ; 23 cm.

Bibliografía: p. [221].

1. Técnicas de ventas 2. Marketing industrial--Planificación 3. Industrias manufactureras 4. Manufacturas--Marketing

658.8104 R47

266

Robinette, Scott.

[Emotion marketing: the Hallmark way of winning customers for life. Español]

Marketing emocional : el método de Hallmark para ganar clientes para toda la vida / Scott Robinette, Claire Brand y Vicki Lenz. -- Barcelona : Gestión 2000, 2001.

235 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 231-235).

Contenido: ¿Por qué funciona el marketing emocional? -- ¿De qué trata el marketing emocional? -- ¿Cómo poner a trabajar al marketing emocional?

1. Marketing--Aspectos psicológicos 2. Relaciones con los clientes 3. Satisfacción del cliente I. Brand, Claire II. Lenz, Vicki

658.812 R71

267

Rodríguez Estrada, Mauro.

Creatividad en el servicio : una estrategia competitiva para Latinoamérica / Mauro Rodríguez.-- Estrada, Ricardo Escobar Borrero. -- Santafé de Bogotá : McGraw-Hill/Interamericana, 1999.

128 p. ; 21 cm. -- (El arte de negociar)

Bibliografía: p. 118.

1. Servicio al cliente--América Latina 2. Planificación estratégica 3. Aptitud creadora I. Escobar Borreo, Ricardo

658.812 R75

268

Serna Gómez, Humberto.

Servicio al cliente : métodos de auditoría y medición / Humberto Serna G., John Jairo Gómez. -- 2a edición actualizada y corregida. -- Bogotá, D.C. : 3R Editores, 1999.

222 p. : diagrs. ; 23 cm. -- (Temas gerenciales.)

Obra escrita con la colaboración de: Patricia Serna H., Sergio Serna H., María Dolores Rodríguez.

Bibliografía: p. 221-222.

1. Servicio al cliente—Evaluación 2. Satisfacción del cliente—Evaluación 3. Relaciones con los clientes I. Jairo Gómez, John

658.812 S42 1999

269

Sindell, Kathleen.

[Loyalty marketing for the Internet age. Español]

CRM a través de Internet : cómo identificar, atraer, atender y retener a los clientes con ayuda de Internet / Kathle[e]n Sindell. -- Barcelona : Gestión 2000, 2003.

374 p. : il. ; 23 cm.

Glosario: p. 367-374.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Relaciones con los clientes 2. Lealtad del consumidor 3. Comercio electrónico 4. Marketing en Internet

658.812 S57

270

Stanton, William J.

[Management of a sales force. Español]

Ventas : conceptos, planificación y estrategias / William J. Stanton, Richard H. Buskirk, Rosann L. Spiro. -- Novena edición. -- Santafé de Bogotá, D.C. : McGraw-Hill, 1997.

xxv, 536 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Administración de ventas 2. Personal de ventas I. Buskirk, Richard Hobart, 1927- II. Spiro, Rosann L.

658.81 S78 1997

271

Swift, Ronald S.

[Accelerating customer relationships: using CRM and relationship technologies. Español]

CRM : cómo mejorar las relaciones con los clientes / Ronald S. Swift. -- México, D.F. : Pearson Educación, 2002.

xxiii, 479 p. : il., diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [431]-456) e índice.

1. Relaciones con los clientes 2. Marketing relacional 3. Tecnología de la información--Procesamiento de datos

658.812 S98

272

Tschohl, John.

[Cashing in: make more money, promotion, love your job. Español]

Cosechando : gane más dinero, consiga ese ascenso, enamórese de su trabajo / John Tschohl. -- Tercera edición. -- Monterrey, Nuevo León : Ediciones Castillo, 1998. xviii, 164 p. ; 22 cm.

"El gurú de la calidad del servicio"--Cubierta.

Incluye referencias bibliográficas.

1. Servicio al cliente 2. Relaciones con los clientes 3. Marketing de servicios 4. Éxito en los negocios

658.812 T85C 1998

273

Tschohl, John

[Achieving excellence through customer service. Español]

Servicio al cliente : el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia / John Tschohl y Steve Franzmeier. -- México, D.F. : Pax México, 1997.

xi, 351 p. ; 23 cm.

"Tácticas, estrategias y una verdadera cultura para generar beneficios".

1. Servicio al cliente 2. Franzmeier, Steve

658.812 T85

274

Tsiptsis, Konstantinos.

Data mining techniques in CRM : inside customer segmentation / Konstantinos Tsiptsis, Antonios Chorianopoulos. -- Chichester, West Sussex, U.K. : Wiley, 2009.

xi, 357 p. : il. ; 26 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Relaciones con los clientes--Procesamiento de datos 2. Relaciones con los clientes—Administración 3. Minería de datos I. Chorianopoulos, Antonios.

658.812 T854

275

Vidal i Díez, Ignasi.

Cómo conquistar el mercado con una estrategia CRM / Ignasi Vidal i Díez. -- Madrid : Fundación Confemetal, 2004.

332 p. : il. ; 23 cm.

Contenido: CRM y marketing analítico -- CRM y marketing relacional -- Beneficios de una estrategia CRM -- CRM como ventaja competitiva -- La inversión en una estrategia CRM -- Implantación de una estrategia CRM --Hacia dónde se orienta CRM.

1. Relaciones con los clientes 2. Marketing relacional 3. Pequeñas y medianas empresas--Marketing

658.812 V63

276

White, Harry R.

[Sales forecasting. Español]

Pronóstico de ventas : estrategias funcionales que ahorran tiempo y generan utilidades / Sales Executives Club of New York, Harry R. White. -- México, D.F. : Compañía Editorial Continental, 1990.

215 p. : diagrs. ; 22 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 208-215).

1. Pronóstico de ventas 2. Técnicas de ventas 3. Personal de ventas I. Sales Executives Club of New York
658.818 W54

277

Whiteley, Richard C.

Customer centered growth : five proven strategies for building competitive advantage / Richard Whiteley and Diane Hessian. -- Reading, Massachusetts : Addison-Wesley, 1996.
x, 320 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 301-304) e índice.

1. Satisfacción del cliente 2. Relaciones con los clientes 3. Competencia económica 4. Planificación estratégica I. Hessian, Diane

658.812 W54

278

Wiersema, Frederik D. (Frederik Derk)

[Customer intimacy. Español]

El mejor socio es su cliente : elija a sus socios, structure su filosofía empresarial, triunfe junto con sus clientes / Fred Wiersema. -- México, D.F. : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997.
vii, 220 p. ; 23 cm.

Incluye índice.

Contenido: ¿Por qué el cliente es su mejor socio en estos tiempos? -- Flexibilice la imaginación comercial -- Cultive sus relaciones humanas -- Comprometa a la empresa.

1. Servicio al cliente 2. Relaciones con los clientes

658.812 W55

658.82 Promoción de ventas

279

Aaker, David A.

[Building strong brands. Español]

Construir marcas poderosas / David A. Aaker. -- Barcelona : Gestión 2000, 1996.

326 p. : il. ; 22 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

1. Marcas de fábrica--Valoración--Administración 2. Marcas de servicios--Valoración--Administración 3. Marketing

658.827 A11C

280

Aaker, David A.

[Managing brand equity: capitalizing on the value of a brand name. Español]

Gestión del valor de la marca : capitalizar el valor de la marca / David A. Aaker. -- Madrid : Ediciones Díaz de Santos, 1994.

xv, 332 p. : il. ; 21 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [313]-321) e índice.

1. Marcas de fábrica--Valoración--Estados Unidos 2. Propiedad intelectual--Valoración--Estados Unidos

658.827 A11

281

Arnold, David, 1955-

[The handbook of brand management. Español]

Manual de la gerencia de marca = Brand management / David Arnold. -- Segunda edición de bolsillo. -- Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1998.

xviii, 349 p. : diagrs. ; 18 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

1. Marcas de fábrica--Estados Unidos--Marketing 2. Marcas de empresas--Estudio de casos 3. Imagen corporativa

658.827 A75

282

Arranz, Juan Carlos

Gestión de la identidad empresarial y su impacto sobre los resultados / Juan Carlos Arranz.

Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 1997.

168 p. : il. ; 23 cm.-- (Manual de consultoría)

Incluye referencias bibliográficas (p. [149]-150)

1. Marcas de fábrica 2. Imagen corporativa 3. Cultura organizacional 4. Marketing

658.827 A77

283

Bort Muñoz, Miguel Á.

Merchandising : cómo mejorar la imagen de un establecimiento comercial / Miguel A. Bort Muñoz.

Madrid : ESIC, 2004.

178 p. : il. ; 24 cm. -- (Libros profesionales de empresa)

Incluye referencias bibliográficas (p. [177]-178)

1. Merchandising 2. Promoción de ventas 3. Publicidad 4. Comercio minorista

658.82 B74

284

Burnett, John J.

[Promotion management. Español]

Promoción : conceptos y estrategias / John J. Burnett. -- Santafé de Bogot*a, D.C. : McGraw-Hill, 1997.

xiii, 410 p. : il. (algunas col.) ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

Contenido: Marketing y promoción -- Determinar las oportunidades de promoción -- La mezcla promocional -- Presupuesto y evaluación en promoción --Aplicaciones especiales.

1. Promoción de ventas 2. Administración de ventas

658.82 B94

285

Díez de Castro, Enrique Carlos

Merchandising : teoría y práctica / Enrique Carlos Díez de Castro, Francisco Javier Landa Bercebal ; con la colaboración de Francisco José Cossío Silva, María Pilar Zorrilla Calvo.-- Madrid : Ediciones Pirámide, 1996.

399 p. : il. ; 23 cm.

Subtítulo de la cubierta.

Incluye referencias bibliográficas.

1. Promoción de ventas 2. Merchandising 3. Canales de comercialización—Administración I. Landa Bercebal, Francisco Javier
658.82 D75

286

Ferré Trenzano, José María

La promoción de ventas y el merchandising / José María Ferré Trenzano. -- Barcelona : Océano, 2003.

88 p. : il. ; 21 cm. -- (Marketing práctico)

"Cómo utilizar de forma eficaz las promociones. Cómo sacar el máximo partido del merchandising"--Cubierta.

1. Promoción de ventas 2. Merchandising--Manuales

658.82 F43

287

Franklin, Reece A.

[The consultant's guide to publicity. Español]

Promoción y publicidad : guía para el asesor empresarial / Reece A. Franklin.-- México, D.F. : Prentice-Hall, 1998.

xii, 242 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 239) e índice.

1. Promoción de ventas 2. Consultores--Marketing—Guía 3. Publicidad 4. Relaciones públicas

658.82 F82

288

García Muñoz-Nájar, Luis Alonso

Propiedad intelectual : el uso de la marca como herramienta de mercado / Luis Alonso García Muñoz-Nájar. -- Lima : Nathan Associates, 2009.

69 p. : il. ; 24 cm.

Publicación producida por el Proyecto USAID / PERU / MYPE COMPETITIVA.

Glosario (p. 59-63)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Marcas de fábrica--Estudio de casos 2. Propiedad intelectual I. Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional

658.827 G23

289

Garrido i Pavia, Jordi.

Cómo vender más en su tienda : merchandising para detallistas / Jordi Garrido. -- 3a edición revisada y ampliada. -- Barcelona : Gestión 2000, 2000.

160 p. : il., diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [163])

1. Merchandising 2. Distribución física de mercancías 3. Comercio minorista

658.82 G264 200

290

Garza Gorostieta, Mario de la.

Promoción de ventas : estrategias mercadológicas de corto plazo / Mariode la Garza Gorostieta. México, D.F. : CECSA, 2001.

xxiii, 202 p. : il. ; 22 cm.

Incluye referencias bibliográficas(p. [195]-198)

1.Promoción de ventas 2.Comportamiento del consumidor 3.Marketing directo 4.Merchandising
658.82 G26

291

Hill, Sam, 1953-

The infinite asset : managing brands to build new value / Sam Hill, ChrisLederer.-- Boston : Harvard Business School Press, 2001.

xii, 238 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 207-220) e índice.

Contenido: Understanding the brand portfolio -- Optimizing the brand portfolio --Implementing brand portfolio management.

1.Marcas de fábrica--Administración 2.Marcas de fábrica--Valoración--Estudio de casos I. Lederer, Christian, 1965-
658.827 H54

292

Homs, Ricardo

La era de las marcas depredadoras : en el futuro sobrevivirán sólo tresmarcas por categoría de producto, en las góndolas y en los anaqueles delas tiendas ... ¿ya se aseguró que su marca esté entre ellas? / Ricardo Homs. -- México, D.F. : McGraw-Hill, 2004.

xv, 226 p. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas(p. 225-226)

Contenido: La era de las marcas -- El marketing como sociología del mercado -- Laestrategia de flanqueo.

1.Marcas de fábrica 2.Marcas de procedencia 3.Competencia económica
658.827 H72

293

Kapferer, Jean-Noël

[La marque. Español]

La marca : motor de la competitividad de las empresas y del crecimiento de la economía / Jean-Noël Kapferer, Jean-Claude Thoenig. -- Madrid : McGraw-Hill, 1991.

xxiv, 310 p. : diagrs. ; 23 cm.(Serie McGraw-Hill de management)

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: Realidad de la marca moderna -- Los comportamientos frente a la marca -- La marca en la economía moderna -- La marca moderna en perspectiva.

1.Marcas de empresas 2.Competencia económica I. Thoenig, Jean-Claude, 1940-
658.827 K22

294

Keller, Kevin Lane, 1956-

[Strategic brand management. Español]

Administración estratégica de marca: branding / Kevin Lane Keller.-- Tercera edición.-- México, D.F. : Pearson Educación, 2008.

xxi, 692 p. : il. ; 27 cm.

1.Marcas de fábrica--Administración 2.Marcas de fábrica--Valoración 3.Posicionamiento (Publicidad)--Marketing 4.Planificación estratégica
658.827 K38 2008B

295

Keller, Kevin Lane, 1956-

Strategic brand management : building, measuring, and managing brand equity / Kevin Lane Keller.

Third edition.-- New Jersey : Pearson Prentice Hall, 2008.

xxi, 692 p. : il. col. ; 26 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1.Marcas de fábrica—Administración 2.Marcas de fábrica—Valoración 3.Posicionamiento (Publicidad)--Marketing 4.Planificación estratégica
658.827 K38 2008

296

Klein, Naomi, 1970-

No logo : el poder de las marcas / Naomi Klein.-- Barcelona : Paidós, 2005.

565 p. : il. ; 23 cm.-- (Paidós contextos ; 61)

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1.Marcas de empresas 2.Imagen corporativa 3.Propiedad industrial 4.Marcas de fábrica
5.Empleos internacionales
658.827 K61

297

Kotler, Philip

B2B brand management / Philip Kotler, Waldemar Pfoertsch ; with the cooperation of Ines Michi.

Berlin : Springer, 2006.

xvi, 357 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [331]-342) e índice.

1.Marcas de fábrica--Administración 2.Marcas de empresas--Estudio de casos I. Pfoertsch, Waldemar
658.827 K77

298

Lindström, Martin, 1970-

Brand sense : sensory secrets behind the stuff we buy / Martin Lindstrom ; foreword by Philip Kotler.

New York : Free Press, 2010.

175 p. : il. ; 21 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 157-159) e índice.

1.Marcas de empresas 2.Razón social 3.Publicidad 4.Publicidad--Aspectos psicológicos 5.Éxito en los negocios
658.827 S38

299

Martín García, Manuel, 1955-

Arquitectura de marcas : modelo general de construcción de marcas y gestión de sus activos / Manuel Martín García.-- Madrid : ESIC Editorial, 2005.

198 p. ; 24 cm. -- (Libros profesionales de empresa)

Incluye referencias bibliográficas(p. [183]-198)

Contenido : Las marcas en el mercado -- Modelo de construcción de marcas y gestión de sus activos -- La explotación de los activos de marca y la marca corporativa.

1.Marcas de fábrica 2.Imagen corporativa 3.Posicionamiento (Publicidad)

658.827 M26

300

Pedroza Escandón, José Enrique.

La promoción internacional para productos y servicios / José Enrique Pedroza Escandón, Rosario Alejandra Sulser Valdés. -- México, D.F. : Ediciones Fiscales ISEF, 2005.

171 p. : il. ; 21 cm. -- (Línea universitaria)

"Con un enfoque practico para la asesoría de los pequeños y medianosexportadores"--Cubierta.

Incluye referencias bibliográficas (p. 173-174)

1.Promoción de ventas 2.Promoción del comercio exterior 3.Mercado de exportación 4.Publicidad I. Sulser Valdés, Rosario Alejandra.

658.82 P36

301

Peters, Thomas J.

[The heart of branding. Español]

El meollo del branding : la clave del marketing mix / Tom Peters. -- Madrid : Nowtilus, 2002.

94 p. ; 21 cm. -- ("Manifiesto Tom Peters. Triunfar en un mundo sin reglas".)

Subtítulo de la cubierta.

1. Marcas de fábrica

658.827 P48

302

Pringle, Hamish

Brand spirit : how cause related marketing builds brands / Hamish Pringleand Marjorie Thompson.

Chichester : John Wiley & Sons, 2001.

xxiii, 281 p. : il. ; 24 cm.

Incluye índice.

1.Marcas de fábrica 2.Análisis de mercado 3.Comportamiento del consumidor 4.Marketing--Estudio de casos I. Thompson, Marjorie, 1957-

658.827 P86

303

Promoción de ventas : herramienta básica del marketing integral / coordinadora Débora Feely. --

Tercera edición.-- Buenos Aires : Granica, 2007.

263 p. ; 22 cm. -- (Marketing)

Glosario (p. 259-[264])

1. Promoción de ventas 2.Marketing I. Feely, Débora

658.82 P 2007

304

Requena Laviña, María

El desarrollo de las marcas gestionadas por la distribución en mercados de alimentación y droguería en España / María Requena Laviña. -- Madrid : [s.n.], 2006.

190 p. : il., diagrs. ; 22 cm.

"Patrocinado por Tns Worldpanel con la colaboración de Universidad Pontificia Comillas de Madrid".

Incluye referencias bibliográficas (p. 167-173)

1.Marcas de fábrica--Marketing—España 2.Marketing de alimentos—España 3.Farmacias--Marketing--España

658.827 R43

305

Ries, Al

[The 22 immutable laws of branding. Español]

Las 22 leyes inmutables de la marca : cómo convertir un producto o un servicio en una marca mundial / Al Ries, Laura Ries. -- Las veintidós leyes inmutables de la marca. -- Reimpr. -- Madrid : McGraw-Hill, 2000.

196 p. ; 21 cm. -- (McGraw-Hill de management)

Reimpresión publicada en México, 2001.

Incluye índice.

1.Marca de fábrica 2.Marketing I. Ries, Laura

658.827 R56

306

Ries, Al

[The origin of brands. Español]

El origen de las marcas : descubra las leyes naturales de la creación de categorías y la construcción de marcas / Al y Laura Ries. -- Barcelona : Empresa Activa, 2005.

328 p. : il. ; 21 cm. -- (Nuevos paradigmas)

1.Marcas de fábrica—Marketing 2.Productos nuevos—Administración 3.Posicionamiento (Publicidad) I. Ries, Laura

658.827 R56O

307

Rivera Camino, Jaime.

La promoción de ventas : variable clave del marketing / Jaime Rivera Camino, Ma Dolores de Juan Vigaray. -- Madrid : ESIC, 2000.

189 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [175]-176)

1.Promoción de ventas—Planificación 2.Técnicas de ventas 3.Merchandising 4.Canales de comercialización I. Juan Vigaray, María Dolores de

658.82 R68

308

Roberts, Kevin, 1949-

Lovemarks : the future beyond brands / Kevin Roberts. -- The future beyond brands : lovemarks.2nd ed., expanded edition. -- New York, NY : PowerHouse Books, 2005.

245 p. : il. col. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 243) e índices.

1.Marcas de fábrica 2.Productos de marca 3.Imagen corporativa 4.Publicidad
658.827 R71 2005

309

Salén, Henrik.

Los secretos del merchandising activo, o, Cómo ser el número 1 en el punto de venta / Henrik Salén. -- Madrid : Ediciones Díaz de Santos, 1994.

xxii, 322 p. : il., diagrs. ; 21 cm.

1.Merchandising 2. Promoción de ventas 3. Técnicas de ventas 4.Distribución física de mercancías
658.82 S17

310

Schmitt, Bernd H.

[Experiential marketing. Español]

Experiential marketing : cómo conseguir que los clientes identifiquen ensu marca : sensaciones, sentimientos, pensamientos, actuaciones,relaciones / Bernd H. Schmitt-- Barcelona : Deusto, 2006.
298 p. : il. ; 23 cm.

Subtítulos de la cubierta.

Incluye referencias bibliográficas (p. [283]-296).

1.Marcas de fábrica 2. Marketing 3. Imagen corporativa
658.827 S29

311

Tellis, Gerard J., 1950-

[Advertising and sales promotion strategy. Español]

Estrategias de publicidad y promoción / Gerard J. Tellis, IgnacioRedondo. -- Madrid : Addison Wesley, 2002.

xxii, 561 p. : il. col. ; 28 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido :Introducción a la publicidad y a la promoción de ventas - Estrategias de comunicación - Estrategias de las promociones de ventas - Planificación de la publicidad y de las promociones.

1. Promoción de ventas 2. Publicidad 3.Marketing--Administración I. Redondo, Ignacio (Redondo Bellón)

658.82 T35

312

Temporal, Paul

[Hi-tech hi-touch branding. Español]

Branding de alta tecnología : creando poder de marca en la nueva dinámica del mercado / Paul Temporal, K. C. Lee. -- México, D.F. : McGraw-Hill, 2003.

xi, 219 p. ; 23 cm.

Incluye índice.

1.Marcas de fábrica--Marketing 2. Comercio electrónico--Estudio de casos 3. Innovaciones tecnológicas I. Lee, K. C. (Kwok Cheong)

658.827 T36

313

Van Gelder, Sicco

Global brand strategy : unlocking branding potential across countries, cultures & markets / Sicco Van Gelder. -- Sterling, Va. : Kogan Page Limited, 2005.

xii, 260 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [251]-256) e índice.

1. Marcas de fábrica 2. Marcas de fábrica--Marketing

658.827 V28

314

Weilbacher, William M.

[Brand marketing. Español]

El marketing de la marca : cómo construir estrategias de marca ganadoras para obtener valor y satisfacción del cliente / William M. Weilbacher. -- Barcelona : Granica, 1999.

303 p. : il. ; 22 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

Contenido : Cinco mitos del marketing y sus consecuencias para los comercializadores de marca actuales -- Creando nuevo valor decisivo para los consumidores de hoy.

1. Marcas de fábrica--Valoración—Marketing 2. Satisfacción del cliente.

658.827 W42

315

Werner, Klaus, 1967-

[Schwarzbuch markenfirmer: die machenschaften der weltkonzerne. Español]

El libro negro de las marcas : el lado oscuro de las empresas globales / Klaus Werner, Hans Weiss. Segunda edición. -- Buenos Aires : Sudamericana, 2003.

317 p. ; 22 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marcas de fábrica 2. Marcas de empresas--Estudio de casos 3. Empresas internacionales -- Aspectos económicos 4. Empresas internacionales--Aspectos morales y éticos 5. Comportamiento del consumidor I. Weiss, Hans, 1959-

658.827 W47 2003

316

Zorita Lloreda, Enrique.

Marketing promocional / Enrique Zorita Lloreda. -- Madrid : ESIC, 2000.

162 p. : il. ; 24 cm.

1. Promoción de ventas 2. Publicidad

658.82 Z86

658.83 Investigación de mercados

317

Aaker, David A.

[Marketing research. Español]

Investigación de mercados / David A. Aaker, V. Kumar, George S. Day. -- Cuarta edición. -- México, D.F. : Limusa Wiley, 2001.

xiv, 776 p. : diagrs. ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido :Naturaleza y alcance de la investigación de mercados -- Recolección de datos -- Análisis de datos -- Tópicos especiales en el análisis de datos -- Aplicaciones.

1. Análisis de mercado 2. Marketing I. Kumar, V., 1957- II. Day, George S.

658.83 A11 2001

318

Aaker, David A.

Marketing research / David A. Aaker, V. Kumar, George S. Day, Robert P. Leone. -- Tenth edition. Hoboken, NJ : John Wiley, c2010.

xvii, 798 p. : il. ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido :The nature and scope of marketing research -- Data collection -- Data analysis -- Special topics in data analysis -- Applications of marketing intelligence.

1. Análisis de Mercado 2. Marketing I. Kumar, V., 1957- II. Day, George S. III. Leone, Robert P.

658.83 A11 2010

319

Abascal Rojas, Francisco.

Consumidor, clientela y distribución para la economía del futuro : estudio del consumidor, análisis y valoración de la clientela: supolítica y política de la distribución / Francisco Abascal Rojas.

Madrid : ESIC, 2002.

323 p. : il., diagrs. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

1. Consumidores 2. Relaciones con los clientes 3. Análisis de mercado 4. Distribución física de mercancías 5. Comercio electrónico

658.834 A12

320

Agtmael, Antoine W. van

[The emerging markets century: how a new breed of world-class companies is overtaking the world. Español]

El siglo de los mercados emergentes : cómo una nueva clase de empresas de talla mundial se está tomando el mundo / Antoine van Agtmael. -- Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2007.

489 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [485]-486)

Contenido :La globalización no tiene fronteras -- La nueva clase: veinticinco multinacionales emergentes de talla mundial -- La conversión de las amenazas en oportunidades -- Recursos para inversionistas -- Perfiles financieros de 25 multinacionales emergentes de talla mundial.

1. Análisis de mercado -- Países en desarrollo -- Estudio de casos 2. Empresas internacionales -- Países en desarrollo 3. Marketing

658.83 A31

321

Alonso Rivas, Javier.

Comportamiento del consumidor : decisiones y estrategia de marketing / Javier Alonso Rivas, Ildefonso Grande Esteban. -- 5a edición revisada y actualizada. -- Madrid : ESIC, 2004.

523 p. : il. col., diagrs. ; 24 cm. + 1 CD-ROM

Incluye referencias bibliográficas.

1.Comportamiento del consumidor 2. Consumidores--Aspectos sociales 3. Consumidores--Aspectos psicológicos 4. Toma de decisiones I. Grande Esteban, Ildefonso
658.8342 A45 2004

322

Anastasi, Anne, 1908-2001

[Fields of applied psychology. Español]

Psicología aplicada : psicología del consumidor / Anne Anastasi. -- Buenos Aires : Editorial Kapelusz, 1970.

114 p. : il. ; 22 cm. -- (Colección universitaria ; v.3)

1.Comportamiento del consumidor 2.Psicología aplicada—Marketing 3. Psicología industrial—Marketing 4. Publicidad--Aspectos psicológicos

658.8342 A57

323

Antoine, Jacques, 1928-

[Le sondage, outil du marketing. Español]

El sondeo una herramienta de marketing / Jacques Antoine. -- Barcelona : Ediciones Deusto, 2003.

233 p. : il. ; 23 cm.

Contenido : Los sondeos clásicos. Las clientelas de los productos. La publicidad -- Las nuevas técnicas. La recogida y registro de las informaciones. El tratamiento y análisis de los datos -- ¿Cómo hacer un sondeo? ¿Es preciso hacer una encuesta? ¿Qué tipo de encuesta? El muestreo. Después de la encuesta.

1.Análisis de mercado 2. Marketing

658.83 A62

324

Arellano, Rolando.

Comportamiento del consumidor : enfoque América Latina / Rolando ArellanoCueva. -- México, D.F. : McGraw-Hill Interamericana, 2002.

xxii, 457 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1.Comportamiento del consumidor-- América Latina 2. Análisis de mercado--América Latina

3. Consumidores--América Latina

658.8342 A69

325

Ariely, Dan.

[Predictably irrational. Español]

Las trampas del deseo : cómo controlar los impulsos irracionales que nosllevan al error / Dan Ariely. -- Barcelona : Ariel, 2008.

282 p. : il. ; 23 cm.

Bibliografía: p. 273-278.

1.Comportamiento del consumidor 2. Modificación de la conducta 3. Toma de decisiones

658.8342 A72

326

Assael, Henry.

[Consumer behavior and marketing action. Español]

Comportamiento del consumidor / Henry Assael. -- Sexta edición. -- México, D.F. : International Thomson Editores, 1999.

xvi, 684 p. : il. ; 26 cm.

Glosario(p. 615-627)

Incluye referencias bibliográficas (p. 628-654) e índice.

1.Comportamiento del consumidor 2. Análisis de mercado 3. Consumidores

658.8342 A82 1999

327

Benassini, Marcela

Introducción a la investigación de mercados : enfoque para AméricaLatina / Marcela Benassini.

Segunda edición. -- México : Pearson Educación, 2009.

xvii, 269 p. : il., diagrs. ; 26 cm.

Incluye bibliografía e índice

1.Análisis de mercado--América Latina 2. Análisis de mercado--Estudio de casos 3. Marketing--América Latina

658.83 B41 2009

328

Benassini, Marcela

Introducción a la investigación de mercados : un enfoque para AméricaLatina / Marcela Benassini.

México, D.F. : Prentice Educación, 2001.

xvi, 240 p. : il., diagrs. ; 25 cm. + 1 CD-ROM

Incluye referencias bibliográficas e índice

1.Análisis de mercado--América Latina 2. Análisis de mercado--Estudio de casos 3. Marketing--América Latina

658.83 B41

329

Blackwell, Roger D.

[Consumer behavior. Español]

Comportamiento del consumidor / Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard, JamesF. Engel. -- Novena edición. -- México, D.F. : Thomson, 2002.

xx, 571 p. : il. ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

1.Comportamiento del consumidor 2. Consumidores 3. Toma de decisiones--Estudios de casos I.

Miniard, Paul W.II. Engel, James F.

658.8342 B61 2002

330

Bruner, Gordon C., 1954-

Marketing scales handbook : a compilation of multi-item measures / GordonC. Bruner II, Karen E. James, Paul J. Hensel. -- Chicago : American Marketing Association, 2001.

xxix, 1651 p. ; 26 cm.

"Volumen III".

Incluye referencias bibliográficas e índices.

Contenido :Consumer behavior-related scales -- Advertising-related scales -- Organizational behavior-related scales.

1.Análisis de mercado--Métodos estadísticos—Manuales 2.Medición por escalas (Ciencias sociales) I. Hensel, Paul J.II. James, Karen E. III. American Marketing Association
658.83028 B85

331

Cave, Susan, 1949-

[Understanding consumer behaviour in a week. Español]

Comprender el comportamiento de los consumidores en una semana / SusanCave. -- Barcelona : Gestión 2000, 2005.

127 p. : 20 cm. -- (Habilidades directivas, 11)

1. Comportamiento del consumidor

658.8342 C38

332

Chisnall, Peter M.

[Marketing research. Español]

La esencia de la investigación de mercados / Peter M. Chisnall. -- México, D.F. : Prentice Hall Hispanoamericana, 1996.

viii, 209 p. : il. + 1 disquete.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Análisis de Mercado

658.83 C558

333

Churchill, Gilbert A.

[Basic marketing research. Español]

Investigación de mercados / Gilbert A. Churchill Jr. -- Cuarta edición. -- México, D.F. : Thomson, 2003.

xv, 830 p. : il., diagrs. ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Análisis de Mercado 2. Marketing

658.83 C578 2003

334

Collazos Cerrón, Jesús.

El estudio de mercado en los proyectos de inversión / Jesús CollazosCerrón. -- Segunda edición.

Lima : Editorial San Marcos, 2004.

417 p. : diagrs. ; 21 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [418-419])

1.Análisis de mercado 2. Proyectos de inversión--Modelos econométricos

658.835 C75 2004

335

Consumidores activos : experiencias cooperativas para el siglo XXI /Ignasi Faura, ed. --

Barcelona : Icaria, 2002.

140 p. ; 21 cm. -- (Milenrama ; 14)

Incluye referencias bibliográficas(p. 139)

1.Cooperativas de consumidores--España 2.Consumidores--España--Estudio de casos
3.Protección del consumidor I. Faura, Ignasi
658.83408 C

336

Cross, Gary S.

An all-consuming century : why commercialism won in modern America / GaryCross. -- New York :
Columbia University Press, 2000.

ix, 320 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1.Consumidores--Estados Unidos 2.Comportamiento del consumidor 3.Protección del consumidor
658.834 C91

337

Davis, John, 1960 Feb.17-

Measuring marketing : 103 key metrics every marketer needs / John Davis.

Clementi Loop : John Wiley & Sons (Asia), 2007.

xvii, 408 p. : il. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Marketing planning and customers -- The offering -- Sales force.

1. Análisis de Mercado 2.Marketing

658.83 D31

338

Dubois, Bernard, 1946-

Comportamiento del consumidor : comprendiendo al consumidor / BernardDubois, Alex Rovira
Celma. -- Segunda edición. -- Madrid : Prentice Hall Iberia, 1998.

xxiii, 281 p. : il. col. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

1.Comportamiento del consumidor 2.Consumidores--Aspectos psicológicos 3.Consumidores--
Aspectos sociales 4.Toma de decisiones I. Rovira Celma, Alex.

658.8342 D96 1998

339

Farris, Paul

Marketing metrics : 50+ metrics every executive should master / Paul W. Farris, Neil T. Bendle,
Phillip E. Pfeifer, David J. Reibstein. -- Upper Saddle River, New Jersey : Wharton School
Publishing, 2006.

xvi, 359 p. : diagrs. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 335-337) e índice.

1. Análisis de mercado 2.Marketing--Modelos matemáticos I. Bendle, Neil T.II. Pfeifer,
PhillipEdward, 1951- III. Reibstein, David J.

658.83 F25

340

Ferré Trenzano, José María

Investigación de mercados estratégica : cómo utilizar de forma inteligente la información de los
estudios de mercado / José MaríaFerré Trenzano. -- Barcelona : Gestión 2000, 1997.

175 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas(p. 173-175)

1.Análisis de mercado 2.Planificación empresarial 3.Toma de decisiones

658.83 F43

341

Fraj Andrés, Elena.

Comportamiento ecológico de los consumidores / Elena Fraj Andrés, EvaMartínez Salinas. --Madrid : ESIC, 2002.

268 p. : diagrs. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [249]-255)

Contenido :Contexto social y comercial de la actualidad medioambiental -- Estudio de mercado sobre comportamiento ecológico del consumidor.

1.Comportamiento del consumidor--España 2.Marketing ecológico--España 3.Consumo (Economía) 4.Consumidores I. Martínez Salinas, Eva

658.8342 F81

342

Gallo Carbajal, Gloria

Posicionamiento: el caso latinoamericano : el test de concepto, una herramienta de investigación cualitativa para diseñar una estrategia de posicionamiento / Gloria Gallo Carbajal. -- Santafé de Bogotá, D.C. : McGraw-Hill, 2000.

xvi, 196 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

Contenido :Antecedentes históricos -- El test de concepto -- El focus group -- El consumidor y el test de concepto -- Otros factores determinantes -- Casos latinoamericanos.

1.Comportamiento del consumidor--América Latina--Estudio de casos 2.Marketing--Aspectos psicológicos 3.Posicionamiento (Publicidad)--América Latina

658.8343 G15

343

García, Emilio

Investigación de mercados para pymes y empresas que recién empiezan / Emilio García Vega.

Lima : Universidad del Pacífico, 2010.

134 p. ; 27 cm.

"Manual"--Cubierta.

Glosario: p. 130-131.

Incluye referencias bibliográficas (p. 133-134)

1.Análisis de mercado 2.Pequeñas y medianas empresas--Administración I. Universidad del Pacífico (Lima)

658.83 G24

344

Grande Esteban, Ildefonso

Fundamentos y técnicas de investigación comercial / Ildefonso Grande Esteban, Elena Abascal Fernández. -- 4a edición revisada y actualizada. -- Madrid : ESIC Editorial, 1999.

436 p. : diagrs. ; 23 cm. + 1 disquete

Incluye índice.

Incluye referencias bibliográficas (p. [433]-436)

1.Análisis de mercado 2.Marketing I. Abascal, Elena
658.83 G78 1999

345

Grande Esteban, Ildefonso

Marketing croscultural / Ildefonso Grande. -- Madrid : ESIC, 2004.

310 p. : il. ; 24 cm. + 1 CD-ROM -- (Libros profesionales de empresa)

Incluye referencias bibliográficas (p. [305]-306) e índice.

Contenido :Cultura: concepto y dimensiones -- Cultura y comportamiento del consumidor-- Cultura y estrategias de marketing.

1.Preferencias de los consumidores 2.Comportamiento del consumidor 3.Marketing--Aspectos sociales 4.Publicidad

658.8343 G78

346

Guaragna, B. (Beatriz)

Investigación de mercado en el siglo XXI : un enfoque desde el Cono Sur /Beatriz Guaragna, Alejandro Fridman. -- Buenos Aires : Editorial de las Ciencias, 2003.

xxi, 319, [16] p. : diagrs. ; 22 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

1.Análisis de mercado 2.Análisis de mercado--Metodología--América Latina I. Fridman, A. (Alejandro)

658.83 G84

347

Hair, Joseph F.

[Marketing research. Español]

Investigación de mercados : en un ambiente de información cambiante / Joseph F. Hair, Jr., Robert P. Bush, David J. Ortinau. -- Edición 2. -- México, D.F. : McGraw-Hill, 2004.

xxiii, 715 p. : il. ; 27 cm. + 1 CD-ROM

Subtítulo de la cubierta.

Incluye referencias bibliográficas (p. [683]-691) e índice.

Contenido :Información y tecnología de la investigación de mercados -- Diseño de proyecto de investigación de mercados -- Recolección y captura de datosprecisos -- Preparación de datos, análisis e informe de los resultados.

1. Análisis de mercado I. Bush, Robert P. II. Ortinau, David J.

658.83 H16 2004

348

Hawkins, Del I.

[Consumer behavior: implications for marketing strategy. Español]

Comportamiento del consumidor : construyendo estrategias de marketing / Del I. Hawkins, Roger J. Best, Kenneth A. Coney. -- Novena edición. -- México, D.F. McGraw-Hill 2004.

758 p. : il. ; 27 cm. + 1 CD ROM

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1.Comportamiento del consumidor--Estados Unidos--Estudio de casos 2.Análisis de mercado--Estados Unidos--Estudio de casos I. Best, Roger J.II. Coney, Kenneth A.

658.8342 H27 2004

349

Hawkins, Del I.

Consumer behavior : implications for marketing strategy / Del I. Hawkins, Roger J. Best, Kenneth A. Coney. -- Sixth edition. -- Chicago : Irwin, 1995.

xix, 649 p. : il. col. ; 26 cm. -- (The Irwin series in marketing)

Incluye referencias bibliográficas e índices.

1.Comportamiento del consumidor--Estados Unidos--Estudio de casos 2.Análisis de mercado--Estados Unidos--Estudio de casos I. Best, Roger J.II. Coney, Kenneth A.

658.8342 H27 1995

350

Hermida, Jorge Alfredo

Marketing para gigantes y pigmeos : un análisis sobre la actual realidad competitiva y las dificultades para encontrar y mantener espacios dentro de mercados globalizados / Jorge A. Hermida. -- Buenos Aires : Ediciones Macchi, 1994.

xxii, 233 p. : il. ; 22 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [231]-233)

1.Análisis de mercado--América Latina 2.Competencia económica 3.Canales de comercialización

658.835 H42

351

Hoyer, Wayne D.

[Consumer behavior. Español]

Comportamiento del consumidor / Wayne D. Hoyer, Deborah J. MacInnis. -- Quinta edición. -- México, D.F. : Cengage Learning, 2010.

xxiv, 493, [62] p. : il. ; 27 cm.

Glosario: [G1]-G10.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

1.Comportamiento del consumidor I. MacInnis, Deborah J.

658.8342 H81 2010

352

Iniesta, Fernando.

Fidelización de consumidores : cómo pueden los fabricantes y distribuidores fidelizar a través de marcas y tiendas / Fernando Iniesta, Antonio Agustín. -- Barcelona : Gestión 2000 : IDELCO, 2001.

193 p. : diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p.195)

1.Preferencias de los consumidores 2.Marcas de fábrica 3.Marcas de empresas 4.Productos de marca 5.Lealtad del consumidor 6.Publicidad I. Agustín Justribó, Antonio

658.8343 I54

353

Jany Castro, José Nicolás.

Investigación integral de mercados : un enfoque para el siglo XXI / José Nicolás Jany Castro. Segunda edición. -- Santafé de Bogotá, D.C. : McGraw-Hill, 2000.

xvi, 414 p. : il., diagrs. ; 23 cm. + 1 CD-ROM

Glosario: p. 392-404.

Incluye referencias bibliográficas (p. 406-408) e índice.

1.Análisis de mercado 2.Análisis de mercado--Métodos estadísticos 3.Marketing
658.83 J21 2000

354

Kinnear, Thomas C., 1943-

[Marketing research: an applied approach. Español]

Investigación de mercados : un enfoque aplicado / Thomas C. Kinnear, James R. Taylor. -- Quinta edición. -- Santafé de Bogotá : McGraw-Hill, 1999.

xxii, 874 p. : il. ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

1. Análisis de mercado I. Taylor, James R. (James Ronald), 1938-
658.83 K56 1999

355

Kumar, V., 1957-

Essentials of marketing research / V. Kumar, David A. Aaker, George S. Day. -- Second edition.

New Jersey : John Wiley and sons, 2002.

553 p. : il. ; 25 cm + 1 CD-ROM

Glosario: p. 527-537.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Análisis de Mercado 2. Marketing I. Aaker, David A. II. Day, George S.
658.83 K93 2002

356

Laage-Hellman, Jens.

Business networks in Japan : supplier-customer interaction in product development / Jens Laage Hellman. -- Londres : Routledge, 1997.

xii, 164 p. : il. ; 22 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [154]-158) e índice.

1.Análisis de mercado--Japón 2.Marketing industrial--Japón 3.Alianzas estratégicas (Negocios)--
Japón
658.83 L11

357

Lehmann, Donald R.

[Market research and analysis. Español]

Investigación y análisis de mercado / Donald R. Lehmann. -- México, D.F. : Compañía Editorial Continental, 1993.

xvi, 904 p. : diagrs. ; 24 cm. -- (Marketing universitario)

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido :Conceptos básicos -- Recopilación de información y preparación para el análisis --
Métodos analíticos -- Aplicaciones.

1.Análisis de mercado 2.Análisis de mercado--Problemas, ejercicios, etc.
658.83 L41

358

Lindström, Martin, 1970-

[Buyology truth and lies about why we buy. Español]

Buyology : verdades y mentiras de por qué compramos / Martin Lindstrom. -- 2a edición. --
Barcelona : Planeta, 2010.

248 p. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

1.Marketing--Aspectos psicológicos 2.Comportamiento del consumidor
658.8342 L65 2010

359

López Altamirano, Alfredo

¿Qué son, para qué sirven y cómo se hacen las investigaciones de mercado? / Alfredo López
Altamirano. -- México, D.F. : Compañía Editorial Continental, 2001.

xvii, 236 p. : il., diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [235]-236)

Contenido :¿Qué son, para qué sirven y cómo se hacen las investigaciones de mercado? -- Qué
criterios seguir para hacer el plan de investigaciones de mercado -- ¿Cómo se hacen las
investigaciones de mercado?

1. Análisis de Mercado 2.Marketing
658.83 L87

360

Malhotra, Naresh K.

[Marketing research. Español]

Investigación de mercados / Naresh K. Malhotra. -- Quinta edición.-- México, D.F. : Pearson
Educación, 2008.

xxxiv, 811, [67] p. : il. ; 27 cm.

Publicado anteriormente como: Investigación de mercados: un enfoque aplicado.

Incluye referencias bibliográficas (p. N1-N31) e índices.

1.Análisis de mercado--Metodología 2.Análisis de mercado--Estudio de casos
658.83 M19 2008

361

Malhotra, Naresh K.

[Marketing research. Español]

Investigación de mercados : un enfoque aplicado / Naresh K. Malhotra. -- Cuarta edición.--
México, D.F. : Pearson Educación, c2004.

xxix, 713, [67] p. : il., diagrs. ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. N1-N34) e índices.

1. Análisis de mercado--Metodología
658.83 M19 2004

362

Malhotra, Naresh K.

[Marketing research: an applied orientation. Español]

Investigación de mercados : un enfoque práctico / Naresh K. Malhotra. -- Segunda edición.
México, D.F. : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997.

xxxv, 890 p. : il., diagrs. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Análisis de mercado
658.83 M19 1997

363

Malhotra, Naresh K.

Marketing research : an applied orientation / Naresh K. Malhotra. -- Sixth edition.
Upper Saddle River, NJ : Pearson, c2010.

vii, 897 p. ; 28 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 834-873) e índice.

1.Análisis de mercado--Metodología 2.Análisis de mercado--Estudio de casos
658.83 M19 2010

364

[Market research for food products and processes in developing countries. Español]

Estudios de mercado para productos alimenticios y procesamiento de
alimentos en los países en desarrollo / editores, R.H. Young, C.W.MacCormac. -- Ottawa : Centro
Internacional de Investigaciones para el Desarrollo, Oficina Regional para América Latina y el
Caribe, 1990.

xii, 170 p. : il., diagrs. ; 24 cm.-- (IDRC ; 249s)

"Trabajos presentados en un seminario celebrado en Singapur del 1 al 4 deAbril de 1986".

Incluye referencias bibliográficas.

1.Análisis de mercado--Países en desarrollo 2.Tecnología de alimentos--Países en desarrollo
3.Industria y comercio de alimentos 4.Marketing de alimentos I. Young, R. H. II. MacCormac, C. W.
658.835 E

365

Mateos-Aparicio Morales, Gregoria

El análisis de la varianza en la investigación comercial / GregoriaMateos-Aparicio Morales, Miguel
Martín Dávila. -- Madrid : Prentice Hall, 2002.

xv, 229 p. : diagrs. ; 24 cm. + 1 CD-ROM

Incluye referencias bibliográficas (p. [225]-226) e índice

1.Análisis de mercado--Métodos estadísticos 2.Análisis de varianza I. Martin Dávila, Miguel
658.83 M28

366

McDaniel, Carl D.

[Marketing research. Español]

Investigación de mercados / Carl McDaniel, Jr., Roger Gates. -- Sexta edición. -- México, D.F. :
Thomson, 2005.

xxiii, 617, [76] p. : il. ; 26 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1.Análisis de mercado I. Gates, Roger H., 1942-
658.83 M12 2005

367

McDaniel, Carl D.

[Contemporary marketing research. Español]

Investigación de mercados contemporánea / Carl McDaniel, Jr., RogerGates. -- Cuarta edición.
México, D.F. : International Thomson Editores, 1999.

1 v. (varias paginaciones) : il. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido :Introducción a la investigación de mercados -- Creación de un diseño de investigación -- Adquisición de datos -- Análisis de datos -- Investigación de mercados en acción.

1. Análisis de Mercado 2. Marketing I. Gates, Roger H., 1942-
658.83 M12 1999

368

Miquel Peris, Salvador

Investigación de mercados / Salvador Miquel, Enrique Bigné, Antonio C. Cuenca, María José Miquel, Jean-Pierre Lévy. -- Madrid : Mc Graw-Hill, 1997.

xviii, 453 p. : diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Análisis de mercado 2. Marketing I. Bigné, J. Enrique (José Enrique) II. Cuenca, Antonio C. III. Miquel, María José IV. Lévy, Jean-Pierre
658.83 M62

369

Peter, J. Paul.

[Consumer behavior and marketing strategy. Español]

Comportamiento del consumidor y estrategia de marketing / J. Paul Peter, Jerry C. Olson. -- Séptima edición. -- México, D. F. : Mc Graw Hill, 2006.

577 p. : il. ; 27 cm.

Glosario: p. 545-556.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

Contenido :Perspectiva del comportamiento del consumidor -- Afectos y cognición y estrategia de marketing -- Comportamiento y estrategia de marketing -- Ambiente y estrategia de marketing -- Análisis del consumidor y estrategia de marketing.

1. Comportamiento del consumidor 2. Consumidores 3. Marketing 4. Planificación estratégica I. Olson, Jerry C. (Jerry Corrie), 1944-
658.8342 P48 2006

370

Picón Prado, Eduardo.

Segmentación de mercados : aspectos estratégicos y metodológicos / Eduardo Picón Prado, Jesús Varela Mallou, Jean-Pierre Lévy Mangín. -- Madrid : Pearson Educación, 2004.

xiv, 150 p. : il., diagrs. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 131-144) e índice.

1. Análisis de mercado 2. Segmentación del mercado 3. Comportamiento del consumidor 4. Marketing--Métodos estadísticos I. Varela Mallou, Jesús II. Lévy Mangín, Jean-Pierre
658.83 P53

371

Popcorn, Faith.

[Clicking: 17 trends that drive your business-and your life. Español]

Conéctese con el futuro (clicking) : 17 tendencias que influyen sobre su empresa y sobre su vida / Faith Popcorn, Lys Marigold. -- Barcelona : Granica, 2000.

398 p. ; 22 cm.

Incluye índice.

1. Comportamiento del consumidor--Previsión 2. Previsión tecnológica 3. Innovaciones tecnológicas

4.Éxito en los negocios I. Marigold, Lys.
658.8342 P77C

372

Popcorn, Faith.

[The popcorn report. Español]

Lo que vendrá / Faith Popcorn. -- Barcelona : Granica, 1993.

303 p. ; 23 cm. -- (Management y contexto)

"El informe Popcorn. Un mapa de los nuevos tiempos en la sociedad y losnegocios"--Cubierta.

1.Comportamiento del consumidor--Previsión 2.Pronóstico de los negocios 3.Marketing—
Planificación 4.Análisis de mercado

658.8342 P77

373

Quart, Alissa.

[Branded: the buying and selling of teenagers. Español]

Marcados : la explotación comercial de los adolescentes / Alissa Quart.-- Barcelona : Debate, 2004.

238 p. ; 21 cm. -- (Arena abierta)

Contenido :Estrategias de marca -- Ponerse marca -- Jóvenes antimarca.

1.Consumidores--Estudio de casos 2.Comportamiento del consumidor 3.Preferencias de los
consumidores 4.Marcas de fábrica--Marketing

658.83408 Q18

374

Quintanilla Pardo, Ismael.

Psicología del consumidor / Ismael Quintanilla. -- Madrid : Pearson Educación, 2002.

xv, 201 p. : diagrs. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [191]-201)

Contenido :Psicología del consumidor, psicología económica y marketing – Comprapor impulso y
compra compulsiva -- Psicología y marketing social.

1.Comportamiento del consumidor 2.Consumidores--Aspectos psicológicos 3.Marketing social

658.8342 Q62

375

Reunión Intercampus (50a. : 2010 : Lima)

Reflexiones a propósito del Código de protección y defensa del consumidor / María Matilde
Schwalb, editora. -- Lima : Universidad del Pacífico, 2010.

Contenido : "Reúne las exposiciones hechas por expertos y representantes de losprincipales grupos
afectados por la propuesta de ley que pretende modificar la legislación actual que regula las
relaciones entre lasempresas y los consumidores peruanos" -- prólogo.

Incluye referencias bibliográficas (p. 113-116)

1.Protección del consumidor 2.Protección del consumidor—Legislación--Perú I. Schwalb, María
Matilde

658.8343 R4

376

Rivera Camino, Jaime.

Conducta del consumidor : estrategias y tácticas aplicadas al marketing /Jaime Rivera Camino,
Rolando Arellano Cueva, Víctor Molero Ayala ; prólogo de Mario Martínez Tercero.

Madrid : ESIC Editorial, 2000.

300 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 297-300)

1.Comportamiento del consumidor 2.Marketing--Aspectos psicológicos I. Arellano, Rolando. II. Molero Ayala, Víctor Manuel

658.8342 R68

377

Ruiz de Maya, Salvador.

Experiencias y casos de comportamiento del consumidor / Salvador Ruiz de Maya, Javier Alonso Rivas. -- Madrid : ESIC, 2001.

379 p. : il., diagrs. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

1.Comportamiento del consumidor 2.Consumidores--Aspectos psicológicos 3.Toma de decisiones--Estudios de casos I. Alonso Rivas, Javier

658.8342 R93

378

Schiffman, Leon G.

[Consumer behavior. Español]

Comportamiento del consumidor / Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk. -- Octava edición.

México, D.F. : Pearson Educación, 2005.

1 v. en varias paginaciones : il. ; 26 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

Contenido :El consumidor como individuo -- Los consumidores en su contexto social y cultural -- El proceso de toma de decisiones del consumidor.

1.Comportamiento del consumidor 2.Consumidores 3.Toma de decisiones--Estudio de casos I. Kanuk, Leslie Lazar

658.8342 S29 2005

379

Schiffman, Leon G.

[Consumer behavior. Español]

Comportamiento del consumidor / Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk. -- Quinta edición.

México, D.F. : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997.

xviii, 684 p. : il. ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1.Comportamiento del consumidor 2.Consumidores 3.Toma de decisiones--Estudio de casos I. Kanuk, Leslie Lazar

658.8342 S29 1997

380

Segmentación psicográfica de la pequeña y microempresa / Genaro Matute, Kattia Bohorquez, Luis Carbajal ... [et al.] -- Lima : ESAN ediciones, 2008.

195 p. : il., diagrs. ; 24 cm. -- (Gerencia para el desarrollo ; 6)

Incluye referencias bibliográficas (p. [105]-107)

1.Análisis de mercado 2.Segmentación del mercado 3.Pequeñas y medianas empresas--Finanzas I. Matute, Genaro (Matute Mejía) II. Bohorquez, Kattia III. Carbajal, Luis IV. Universidad ESAN (Lima)
658.83 S

381

Silverstein, Michael J.

[Trading up: why consumers want new luxury goods--and how companies createthem. Español]

La seducción del lujo : por qué los consumidores quieren productos de nuevo lujo y cómo los crean las empresas / Michael J. Silverstein y Neil Fiske; con la colaboración de John Butman. -- Barcelona : Ediciones Deusto, 2006.

291 p. : il. ; 23 cm.

1.Preferencias de los consumidores 2.Lujo 3.Productos de marca 4.Costo y nivel de vida--Estados Unidos I. Fiske, Neil

658.8343 S55

382

Solé Moro, María Luisa.

Los consumidores del siglo XXI / María Luisa Solé Moro. -- Madrid : ESIC, 1999.

172 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [171]-172)

1.Comportamiento del consumidor 2.Publicidad--Aspectos psicológicos 3.Consumo (Economía)
4. Comercio electrónico

658.8342 S66

383

Soler, Pere.

La investigación cualitativa en marketing y publicidad : el grupo de discusión y el análisis de datos / Pere Soler con la colaboración de M. Andreu, S. Isidro y M. Rodríguez.-- Barcelona : Paidós, 1997.

283 p. : il. ; 22 cm.

1.Análisis de mercado 2.Marketing 3.Publicidad I. Andreu, M. II. Isidro, S. III. Rodríguez, M.

658.83 S66

384

Solomon, Michael R.

[Consumer behavior: buying, having, and being. Español]

Comportamiento del consumidor : comprar, tener y ser / Michael R. Solomon.-- Tercera edición. México, D.F. : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997.

xviii, 683 p. : il. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

1.Comportamiento del consumidor 2.Toma de decisiones 3.Consumidores

658.8342 S666 1997

385

Solomon, Michael R.

Consumer behavior : buying, having, and being / Michael R. Solomon. -- Sixth edition.-- Upper Saddle River, New Jersey : Pearson : Prentice Hall, 2004.

xviii, 621 p. : il. col. ; 28 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

1.Comportamiento del consumidor 2.Toma de decisiones 3.Consumidores
658.8342 S666 2004

386

Trout, Jack.

[The new positioning: the latest on the world's #1 business. Español]

El nuevo posicionamiento : lo más reciente sobre la estrategia de negocios #1 del mundo / Jack Trout, Steve Rivkin. -- México, D.F. : McGraw-Hill, 1996.

xiii, 173 p. ; 23 cm.

Incluye índice.

Contenido :La comprensión de la mente -- Cómo enfrentar el cambio -- Los trucos del negocio.

1.Comportamiento del consumidor 2.Marketing--Aspectos psicológicos 3.Posicionamiento (Publicidad) I. Rivkin, Steve, 1947-

658.8343 T82

387

Webb, John R.

[Understanding and designing marketing research. Español]

Investigación de marketing : aspectos esenciales / John R. Webb. -- Segunda edición. -- Madrid : Thomson, 2003.

xxi, 295 p. ; 23 cm. -- (Colección negocios)

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Análisis de mercado 2.Marketing

658.83 W35 2003

388

Zaltman, Gerald.

How customers think : essential insights into the mind of the market /Gerald Zaltman. -- Boston, Mass. : Harvard Business School Press, c2003.

xxii, 323 p. : il. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 291-310) e índices.

1.Comportamiento del consumidor--Aspectos psicológicos 2.Consumidores--Psicología

3. Marketing--Aspectos psicológicos 4.Pensamiento creativo

658.8342 Z23H

389

Zaltman, Gerald.

Marketing metaphoria : what deep metaphors reveal about the minds of consumers / Gerald Zaltman, Lindsay H. Zaltman. -- Boston, Mass. : Harvard Business School Press, c2008.

xxi, 230 p., [8] p. (algunas col.) : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 209-219) e índices.

1.Comportamiento del consumidor 2.Marketing I. Zaltman, Lindsay H.

658.8342 Z23

390

Zikmund, William G.

[Exploring marketing research Español.]

Investigación de mercados / William G. Zikmund. -- Sexta edición -- México : Prentice Hall, 1998.

xxvi, 739 p. : diagrs. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1.Análisis de mercado 2.Marketing 3.Análisis de mercado--Estudio de casos
658.83 Z77 1998

391

Zikmund, William G.

[Exploring marketing research. Español.]

Investigación de mercados/ William G. Zikmund, Barry J. Babin. -- Novena edición -- México :
Cengage Learning, 2009.

739 p. ; il., diagrs. ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1.Análisis de mercado 2.Marketing 3.Análisis de mercado--Estudio de casos
658.83 Z77 2009

658.84 Canales de mercadeo (Canales de distribución)

392

Allueva, Carlos

Marketing internacional de productos industriales / Carlos Allueva. -- Delaware : Addison-Wesley
Iberoamericana, 1990.

126 p. ; 23 cm.

1. Marketing internacional 2. Análisis de mercado 3. Distribución física de mercancías

658.848 A43

393

Berc, Charles-Emmanuel.

Les call-centers a la portee de tous / Charles-Emmanuel Berc. -- Deuxieme tirage. -- Paris: Editions
d'organisation, 2000.

173 p.: il. ; 21 cm. -- (Mini budget/maxi profits)

"Bien structurer votre démarche téléphonique en 10 points, conquérir et fidéliser vos clients,
augmenter les ventes par clients..."--Cubierta.

Glosario: p. 167-171.

1. Telemarketing--Francia--Guía 2. Relaciones con los clientes--Francia

658.84 B45 2000

394

Bertrán, Josep, 1958-

Marketing en un mundo global: claves y estrategias para competir en el mercado internacional /
Josep Bertrán Vall. -- Madrid: McGraw-Hill, 2003.

xxi, 333 p. [8] p. de láms. : il. col.; 23 cm. -- (Serie McGraw-Hill de management)

"Incluye case study y ejercicios de role play".

Bibliografía: p. 331-333.

Contenido: Departamentos de exportación -- Redes comerciales internacionales: canales de
distribución -- Inversiones en el exterior: delegaciones comerciales e inversiones productivas --
Técnicas e instrumentos en el comercio internacional -- Estrategias de promoción y comunicación.

1. Marketing internacional 2. Globalización--Marketing 3. Canales de comercialización

658.848 B45M

395

Bertrán, Josep, 1958-

Marketing internacional avanzado / Josep Bertrán. – Madrid: McGraw-Hill, 1997.

xviii, 264 p. : il. ; 23 cm. -- (Serie McGraw-Hill de management)

Bibliografía: p. 263-264.

Contenido. Departamentos de exportación -- Estrategias de promoción y comunicación-- Redes comerciales internacionales y canales de distribución --Instrumentos de comercio internacional.

1. Marketing internacional 2. Canales de comercialización

658.848 B45

396

Bowersox, Donald J.

Strategic marketing channel management / Donald J. Bowersox, M. BixbyCooper. -- New York : McGraw-Hill, 1992.

xix, 488 p. : diagrs. ; 24 cm. -- (McGraw-Hill series in marketing)

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Canales de comercialización--Administración 2. Distribución física de mercancías 3. Planificación estratégica I. Cooper, M. Bixby

658.84 B78

397

Bradley, Frank, 1942-

[International marketing strategy. Español]

Marketing internacional / Frank Bradley, Haydeé Calderón. -- 5a edición. – Madrid : Pearson Educación, 2006.

xxx, 466 p. : diagrs. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing internacional 2. Análisis de mercado 3. Canales de comercialización I. Calderón García, Haydeé

658.848 B81 2006

398

Cateora, Philip R.

International marketing / Philip R. Cateora, John L. Graham. -- Twelfth edition. – Boston : McGraw-Hill/Irwin, 2005.

xxxiii, 697 p. : il. col., mapas ; 27 cm. + 1 CD-ROM -- (McGraw-Hill/Irwin series in marketing)

Contenido: An overview -- The cultural environment of global markets -- Assessing global market opportunities -- Developing global marketing strategies --Implementing global marketing strategies - - Supplementary material.

1. Mercado de exportación 2. Empresas internacionales--Estudio de casos I. Graham, John L.

658.848 C36 2005

399

Cateora, Philip R.

[International marketing. Español]

Marketing internacional / Philip R. Cateora. -- Octava edición. – Madrid : Irwin, 1995.

xxiv, 863 p. : il. (algunas col.), mapas ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: Una visión general -- El entorno cultural del marketing global -- Dirección de marketing global -- Contexto corporativo del marketing --Casos.

1. Marketing internacional 2. Empresas internacionales--Estudio de casos

658.848 C36 1995

400

Cateora, Philip R.

[International marketing. Español]

Marketing internacional / Philip R. Cateora, John L. Graham. -- Décima edición. -- México, D.F. : McGraw-Hill, 2001.

xxiii, 810 p. : il. (algunas col.) ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: Antecedentes -- El entorno cultural del marketing global -- Evaluación de oportunidades globales de mercado -- Desarrollo de estrategias de marketing global -- Puesta en práctica de las estrategias de marketing global.

1. Marketing internacional 2. Empresas internacionales--Estudio de casos I. Graham, John L.

658.848 C36 2001

401

Internet marketing : strategy, implementation and practice / Dave Chaffey ... [et al.] ; edited by Dave Chaffey. -- United Kingdom : Pearson Education Limited, 2009.

702 p. : il. col. ; 27 cm.

Glosario: p. [668]-691.

Incluye referencias bibliográficas e índice

1. Marketing en Internet I. Chaffey, Dave, editor

658.84 I

402

Cuesta, Félix.

Marketing directo 2.0: cómo vender más en un entorno digital / Félix Cuesta, Manuel A. Alonso Coto; [prólogo de Elena Gómez] -- Barcelona : Gestión 2000, 2010.

319 p. : il., diagrs. ; 23 cm.

1. Marketing directo 2. Marketing en Internet I. Alonso Coto, Manuel A. II. Gómez, Elena (Gómez del Pozuelo)

658.84 C95

403

Czinkota, Michael R.

Global marketing / Michael R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainen. -- Fort Worth, Texas : The Dryden Press, 1996.

xxv, 648 p. : il., mapas (algunas col.) ; 26 cm. -- (The Dryden Press series in marketing)

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: An overview -- The global marketing environment -- Developing global readiness -- Global marketing strategy.

1. Mercado de exportación I. Ronkainen, Ilkka A.

658.848 C99G

404

Czinkota, Michael R.

International marketing / Michael R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainen. -- Fifth edition. -- Fort Worth, Texas: The Dryden Press, 1998.

xxix, 860, 16 p. : il., mapas (algunas col.) ; 26 cm. -- (The Dryden Press series in marketing)

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: The international environment -- Beginning international marketingactivities -- Global marketing management -- International marketingtransitions.

1. Mercado de exportación--Estudio de casos I. Ronkainen, Ilkka A.

658.848 C99 1998

405

Czinkota, Michael R.

International marketing / Michael R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainem. -- Ninth edition. -- Mason, OH : South Western, Cengage learning, 2010.

xxviii, 699, 24 p. : il., mapas (algunas col.) : 26cm. -- (The Dryden Press series in marketing)

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: The international marketing environment -- International market entry anddevelopment -- Export marketing mix -- The global marketing mix.

1. Mercado de exportación--Estudio de casos I. Ronkainem, Ilkka A.

658.848 C99 2010

406

Czinkota, Michael R.

[International marketing. Español]

Marketing internacional / Michael R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainen.

Cuarta edición.

México, D.F.: McGraw-Hill, 1996.

xxix, 819 p. : il. mapas (algunas col.) ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

El ambiente internacional -- Inicio de las actividades del marketinginternacional -- Actividades avanzadas de marketing internacional.

1. Marketing internacional 2. Marketing internacional--Estudio de casos I. Ronkainen, Ilkka A.

658.848 C99 1996

407

Czinkota, Michael R.

[International marketing. Español]

Marketing internacional / Michael R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainen. -- Sexta edición. -- México, D.F. : Pearson Educación, 2002.

1 v. en varias paginaciones: il., mapas; 27 cm. + 1 CD-ROM

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: El entorno internacional -- Inicio de las actividades de marketing internacional -- Administración del marketing global -- Transiciones delmarketing internacional.

1. Marketing internacional 2. Análisis de mercado--Estudio de casos I. Ronkainen, Ilkka A.

658.848 C99 2002

408

Czinkota, Michael R.

[International marketing. Español]

Marketing internacional / Michael R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainen. -- Séptima edición. -- México, D.F. : Thomson, 2004.

1 v. en varias paginaciones : il., diagrs. ; 27 cm.

Contenido: El entorno internacional -- Iniciando actividades de marketing internacional -- Administración global del marketing.

1. Marketing internacional 2. Análisis de mercado--Estudio de casos I. Ronkainen, Ilkka A.

658.848 C99 2004

409

Czinkota, Michael R.

[International marketing. Español]

Marketing internacional / Michael R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainen. -- 8a edición. -- México, D.F. : Cengage Learning, 2008.

xxxii, 646, [39] p. : il., diagrs., mapas ; 27 cm.

Glosario: p. G1-G14.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

El entorno del marketing internacional -- Ingreso y desarrollo en el mercado internacional -- Mezcla de marketing de exportación -- Mezcla de marketing global.

1. Marketing internacional 2. Análisis de mercado--Estudio de casos I. Ronkainen, Ilkka A.

658.848 C99 2008

410

Díaz Morales, Antonio.

Gestión por categorías y trade marketing / Antonio Díaz Morales. -- Madrid : Pearson Educación, 2000.

xiii, 190 p. : diagrs. ; 24 cm.

Bibliografía: p. 185-190.

1. Canales de comercialización 2. Administración de ventas 3. Merchandising 4. Comercio minorista

658.84 D69

411

Distribución comercial / coordinador Enrique C. Díez de Castro. -- Segunda edición. -- Madrid: McGraw-Hill, 1997.

xv, 296 p. : il. ; 20 x 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: Gestión de la distribución -- El sistema comercial -- Funciones de distribución -- Nuevos aspectos de la distribución comercial.

1. Canales de comercialización 2. Rutas comerciales 3. Distribución física de mercancías I. Díez de Castro, Enrique Carlos

658.84 D 1997

412

Díez de Castro, Enrique Carlos.

Distribución comercial / Enrique Carlos Díez de Castro, Juan Carlos Fernández Fernández. -- Madrid : McGraw-Hill/Interamericana, 1994.

xiii, 234 p. : il. ; 23 cm.

Incluye índice.

Contenido: Distribución -- El sistema comercial -- Funciones de distribución.

1. Canales de comercialización 2. Rutas comerciales 3. Distribución física de mercancías I.

Fernández Fernández, Juan Carlos

658.84 D75

413

Doménech Castillo, Joan.

Trade marketing : un concepto imprescindible en la interacción fabricante-distribuidor / Joan Doménech Castillo. -- Madrid : ESIC, 2000.

181 p.: il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [177]-181).

Contenido: El trade marketing y la relación fabricante-distribuidor -- La gestión y organización del trade marketing. Nuevas tendencias.

1. Canales de comercialización

658.84 D88

414

Estrategias de distribución comercial : diseño del canal de distribución y relación entre fabricantes y detallistas / coordinadores Rodolfo Vázquez Casielles, Juan A. Trespalacios Gutiérrez. -- Madrid : Thomsom, 2006.

xvii, 496 p. : il. (algunas col.), diagrs. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [483]-487) e índice.

Contenido: Marco teórico de la distribución comercial -- Empresas de distribución comercial y nuevos métodos de venta -- Estrategias de la empresa detallista y diseño de sus actividades de marketing -- Estrategias del fabricante: selección del canal de distribución y coordinación de las relaciones con los intermediarios.

1. Canales de comercialización 2. Distribución física de mercancías 3. Técnicas de ventas 4.

Merchandising I. Vázquez Casielles, Rodolfo II. Trespalacios Gutiérrez, Juan Antonio

658.84 E

415

Friedman, Lawrence G.

[The channel advantage. Español]

Canales de venta: llegue a más clientes, venda más productos y obtenga más ganancias / Lawrence G. Friedman, Timothy R. Furey. -- México, D.F. : Pearson Educación, 2000.

x, 228 p. : diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: La elección de los mejores canales de venta -- ...y, ahora, su integración -- El manejo de los canales para un desempeño alto.

1. Canales de comercialización 2. Técnicas de ventas I. Furey, Timothy R.

658.84 F84 2000

416

Friedman, Lawrence G.

The channel advantage: going to market with multiple sales channels to reach more customers, sell more products, make more profit / Lawrence G. Friedman, Timothy R. Furey. -- Oxford ; Boston : Butterworth Heinemann, 2007.

x, 328 p. : il. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Canales de comercialización I. Furey, Timothy R.

658.84 F84

417

García-Sordo, Juan B.

Marketing internacional / Juan B. García-Sordo. -- Segunda edición. -- México, D.F.: McGrawHill, 2007.

xxxi, 584 p. : il., mapas ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: Introducción al marketing internacional -- El marketing global y su entorno -- Mercados globales -- Diseño del plan de marketing.

1. Marketing internacional

658.848 G24 2007

418

Geller, Lois K., 1944-

[Response: the complete guide to profitable direct marketing. Español]

¡Respuestas! : una guía completa del marketing directo efectivo / Lois K.Geller. -- Barcelona: Paidós, 1998.

367 p. : il. ; 22 cm. -- (Paidós empresa; 62)

Incluye índice.

1. Marketing directo 2. Canales de comercialización 3. Relaciones con los clientes 4. Satisfacción del cliente

658.84 G35

419

Gertler, Nat

The complete idiot's guide to making millions on the Internet / NatGertler and Rod Underhill. -- Indianapolis, Indiana : Que Corporation, 2000.

xiv, 294 p.: il. ; 24 cm.

Incluye índice.

1. Comercio electrónico 2. Nuevas empresas I. Underhill, Rod II.Making millions on the Internet

658.84 G37

420

Hallberg, Garth.

[All consumers are not created equal: the differential marketing strategy for brand loyalty and profits. Español]

Todos los consumidores no son iguales : la estrategia del marketing diferencial para conseguir la fidelidad de los consumidores a las marcas /Garth Hallberg. -- Barcelona : Ediciones Deusto, 2004.

298 p.: il., diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [293]-298).

1. Marketing directo--Procesamiento de datos 2. Marcas de fábrica 3. Promoción de ventas 4. Lealtad del consumidor

658.84 H18

421

Harmon, Paul

Business process change : a guide for business managers and BPM and SixSigma professionals / Paul Harmon ; foreword by Tom Davenport. -- 2nd ed. -- Amsterdam ; Boston : Elsevier/Morgan Kaufmann Publishers, 2007.

xli, 549 p. : il., diagrs. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Comercio electrónico 2. Cambio organizacional 3. Diseño de sistemas 4. Six Sigma (Norma de control de calidad)

658.84 H22

422

Jain, Subhash C., 1942-

[International marketing. Español]

Marketing internacional / Jain, Subhash C. -- Sexta edición. -- México, D.F. : Thomson, 2002.

xv, 520, 192, 15 p. : il. ; 26 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

Contenido: Perspectivas de los mercados internacionales -- Factores ambientales que afectan el marketing internacional -- Decisiones de marketing internacional -- Planificación y control.

1. Marketing internacional 2. Marketing internacional--Estudio de casos 3. Análisis de mercado--Países en desarrollo

658.848 J17 2002

423

Johansson, Johny K.

Global marketing : foreign entry, local marketing & global management / Johny K. Johansson. -- Fourth edition. -- Boston : McGraw-Hill/Irwin, 2006.

xvi, 647 p. : il. ; 28 cm. -- (McGraw-Hill/Irwin series in marketing)

1. Canales de comercialización 2. Mercado de exportación--Administración--Estudio de casos Globalización

658.84 J67 2006

424

Keegan, Warren J.

[Principles of global marketing. Español]

Fundamentos de mercadotecnia internacional / Warren J. Keegan, Mark C. Green. -- México, D.F. : Prentice Hall, 1998.

xxii, 421 p. : il., mapas ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: El ambiente económico mundial -- Estrategia mundial -- La mercadotecnia mundial mixta -- Implementación de la estrategia mundial de mercadotecnia.

1. Mercado de exportación--Administración--Estudio de casos 2. Planificación estratégica I. Green, Mark C.

658.848 K34F

425

Keegan, Warren J.

Global marketing / Warren J. Keegan, Mark C. Green. -- Fourth edition. -- Upper Saddle River, New Jersey : Pearson : Prentice Hall, 2005.

xx, 636 p. : il. ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: The global marketing environment -- Approaching global markets -- The global marketing mix -- Strategy and leadership in the twenty-first century.

1. Mercado de exportación--Estudio de casos 2. Liderazgo I. Green, Mark C.

658.848 K34G 2005

426

Keegan, Warren J.

[Global marketing management. Español]

Marketing global / Warren J. Keegan. -- Quinta edición. -- Madrid : Prentice Hall, 1997.

xix, 532 p. : diagrs. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 507-519) e índice.

1. Mercado de exportación--Administración--Estudio de casos

658.848 K34G 1997

427

Kotabe, Masaaki.

[Global marketing management. Español]

Marketing global / Masaaki Kotabe, Kristiaan Helsen. -- Mexico, D.F. : Limusa Wiley, 2001.

825 p. : il. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

1. Mercado de exportación--Administración 2. Empresas internacionales--Administración 3. Globalización I. Helsen, Kristiaan

658.848 K77

428

Kotler, Philip.

Marketing moves: a new approach to profits, growth, and renewal / Philip Kotler, Dipak C. Jain, Suvit Maesincee. -- Boston : Harvard Business School Press, 2002.

xii, 193 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 167-180) e índice.

Contenido: Reshaping marketing for the digital economy -- Creating competitive platforms.

1. Canales de comercialización 2. Telemarketing 3. Marketing--Administración I. Jain, D. (Dipak) II. Suvit Maesincee, 1961-

658.84 K77

429

Kramer, Marc.

Financing and building an e-commerce venture / Marc Kramer. -- Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall Press, 2001.

x, 243 p. ; 23 cm.

"Proven strategies for success in any economy"--Cubierta.

Incluye referencias bibliográficas (p. 231-234) e índice.

1. Comercio electrónico 2. Capital de riesgo 3. Planificación estratégica

658.84 K79

430

Lawrence, Arthur.

[The management of trade marketing. Español]

La distribución comercial / Arthur Lawrence. -- Barcelona : Ediciones Deusto, 2005.

251 p. : diagrs. ; 23 cm.

1. Canales de comercialización 2. Distribución física de mercancías 3. Administración de ventas

658.84 L31

431

Lerma Kirchner, Alejandro E.

Comercio y marketing internacional / Alejandro Eugenio Lerma Kirchner, Enrique Márquez Castro. -

- Cuarta edición. -- México, D.F. : Cengage Learning, 2010.

xxi, 650 p. : il., mapas ; 25 cm.

1. Marketing internacional 2. Empresas internacionales I. Márquez Castro, Enrique

658.848 L49 2010

432

Levinson, Jay Conrad.

Televenta de guerrilla : obtenga el éxito en sus ventas por teléfono, e-mail, fax e internet / Jay Conrad Levinson, Mark S.A. Smith, Orvel Ray Wilson. -- Bilbao : Ediciones Deusto, 1999.

338 p. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [327]-334).

Contenido: Prepararse para la venta -- Tácticas guerrilleras para conseguir la venta -- Gestión de un departamento de televenta -- Crear telepresencia.

1 Marketing directo 2. Canales de comercialización 3. Telemarketing 4. Promoción de ventas I. Smith, Mark S. A. II. Wilson, Orvel Ray

658.84 L54

433

Liria, Eduardo.

Triunfar vendiendo a los líderes de la distribución mundial / Eduardo Liria. -- Madrid : ESIC, 2001.

270 p. : diagrs. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

1. Canales de comercialización--Administración 2. Distribución física de mercancías 3. Mercado de exportación 4. Logística empresarial

658.84 L67

434

Maqueira, Juan Manuel.

Marketing 2.0 : el nuevo marketing en la web de las redes sociales / Juan Manuel Maqueira, Sebastián Bruque. -- México, D.F. : Alfaomega, 2009.

208 p. : il. ; 23 cm.

Incluye índice alfabético.

Bibliografía: p.[197]-202.

Contenido: Marketing 2.0 -- Estrategia de marketing 2.0 -- Marketing on-line --Formatos en marketing on-line -- Marketing en móviles.

1. Marketing en Internet 2. Marketing directo I. Bruque, Sebastián

658.84 M25

435

Moncalvo, Ariel.

Comercio electrónico para pymes / Ariel Moncalvo. -- Buenos Aires : Lectorum-Ugerman, 2008.
248 p. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 247-248)

Contenido: E-commerce. Las 7 etapas de un proyecto on-line -- Innovación, diseño y Pymes -- Alianzas estratégicas en la red: *en quién confío? -- Implementación exitosa de proyectos -- Comunicación interna y externa de proyectos de comercio electrónico -- Elementos y herramientas para vender en la web -- Estrategias de e-marketing: especial para Pymes -- Tecnología e-business -- Entrevistas, casos y herramientas para que las Pymes encaren el mundo del comercio electrónico y desarrollen su ciber-estrategia.

1. Comercio electrónico 2. Pequeñas y medianas empresas 3. Marketing en Internet

658.84 M84

436

The Oxford handbook of international business / edited by Alan M. Rugman. International business. -- 2nd ed. -- Oxford ; New York : Oxford University Press, 2009.

xix, 857 p. : il., plans ; 26 cm. -- (Oxford handbooks)

Incluye referencias bibliográficas e índices.

Contenido: History and theory of the multinational enterprise -- The political and regulatory environmental -- Strategy for MNEs -- Managing the MNE -- Regional studies -- Methodological issues.

1. Comercio internacional 2. Empresas internacionales 3. Manuales administrativos I. Rugman, Alan M.

658.84 O

437

Paliwoda, Stanley J.

[International marketing. Español]

La esencia de la mercadotecnia internacional / Stanley J. Paliwoda. -- México, D.F. : Prentice Hall Hispanoamericana, 1996.

x, 164 p. : diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 149-158) e índice.

1. Mercado de exportación--Administración

658.848 P19

438

Pelton, Lou E.

[Marketing channels: a relationship management approach. Español]

Canales de marketing y distribución comercial : el más práctico y efectivo sistema gerencial para el manejo integrado y relacional de los canales de marketing / Lou E. Pelton, David Strutton, James R. Lumpkin. -- Santafé de Bogotá : McGraw-Hill/Irwin, 1999.

xxv, 542 p. : il. ; 26 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: Marco para los canales de marketing -- El entorno externo del canal -- El entorno interno del canal -- Economía de intercambio -- Relaciones en el proceso de interacción.

1. Canales de comercialización 2. Marketing--Estudio de casos I. Strutton, David II. Lumpkin, James R.

658.84 P39 1999

439

Pelton, Lou E.

[Marketing channels : a relationship management approach. [Español]

Canales de marketing y distribución comercial : un enfoque de administración de relaciones / Louis E. Pelton, David Strutton, James R. Lumpkin. -- 2a ed. -- México : McGraw-Hill Interamericana, 2005.

542 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Canales de comercialización 2. Marketing 3. Marketing--Estudio de casos I. Strutton, David II. Lumpkin, James R.

658.84 P39 2005

440

Pérez del Campo, Enrique.

Comunicación fuera de los medios "below the line" / Enrique Pérez del Campo. -- Madrid : ESIC Editorial, 2002.

251 p. : il., diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [247]-251).

1. Marketing directo 2. Telemarketing 3. Marketing en Internet 4. Promoción de ventas

658.84 P45

441

Poe, Richard, 1958-

[Wave 4, network marketing in the 21 st. century. Español]

Ola 4 : el network marketing en el siglo XXI / Richard Poe. -- Buenos Aires : Time & Money Network Editions, 2001.

291 p. ; 23 cm.

Glosario: p. 269-279.

Incluye índice.

1. Canales de comercialización 2. Pronóstico de ventas--Marketing 3. Marketing en Internet

658.84 P73

442

Puentes Calvo, Juan Francisco.

Principios de seguridad en el comercio electrónico / Juan Francisco Puentes Calvo. -- México, D.F. : Alfaomega, c2009.

256 p. : il. ; 23 cm. -- (Navegar en Internet)

Incluye índice.

Bibliografía: p. [243]-246.

1. Comercio electrónico 2. Comercio electrónico--Medidas de seguridad

658.84 P91

443

Rayport, Jeffrey F.

E-commerce / Jeffrey F. Rayport, Bernard J. Jaworski ; traducción, Concepción Verania de Parres Cárdenas. -- México : McGraw-Hill Interamericana, c2003.

xliv, 493 p. : il. ; 24 cm.

Incluye índice onomástico, de compañías y analítico con glosario.

Incluye referencias bibliográficas.

1. Comercio electrónico 2. Marketing en Internet 3. Publicidad por Internet I. Jaworski, Bernard J.
658.84 R28

444

Ries, Al.

Las 11 leyes inmutables de la creación de marcas en Internet / Al Ries y Laura Ries. -- Barcelona : Deusto, c2006.

170 p. ; 24 cm. -- (Líderes del management. Marketing)

Incluye índice

1. Marketing en Internet 2. Publicidad por Internet 3. Marcas de fábrica 4. Administración I. Ries, Laura

658.84 R56

445

Rodríguez, Santiago (Rodríguez Michinina)

Creatividad en marketing directo : si he aprendido yo, cómo no vas a aprender tú / Santiago Rodríguez. -- 4a edición. -- Barcelona : Deusto, 2004.

367 p. ; 23 cm.

Incluye índice.

1. Marketing directo 2. Aptitud creadora en los negocios 3. Relaciones con los clientes

658.84 R74 2004

446

Rolnicki, Kenneth.

Managing channels of distribution / Kenneth Rolnicki. -- New York : AMACOM, c1998.

xxi, 266 p. : il. ; 27 cm.

Incluye índice.

1. Canales de comercialización

658.84 R79

447

Sainz de Vicuña Ancín, José María.

La distribución comercial : opciones estratégicas / José María Sainz de Vicuña Ancín. -- 2a edición revisada y actualizada. -- Madrid : ESIC Editorial, 2001.

495 p. : diagrs. ; 24 cm.

Bibliografía: p. [493]-495.

Contenido: Evolución en los sistemas de distribución -- La distribución comercial hoy -- Opciones estratégicas para las empresas de distribución detallista -- Estrategias comunes para todas las empresas de distribución-- Decisiones operativas.

1. Canales de comercialización 2. Distribución física de mercancías 3. Comercio minorista

658.84 S16 2001

448

Sandhusen, Richard.

[International marketing. Español]

Mercadotecnia internacional / Richard L. Sandhusen. -- México, D.F. : Compañía Editorial Continental, 2002.

xxi, 545 p. : diagrs. ; 22 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Mercado de exportación

658.848 S24

449

Shaver, Dick.

[The next step in database marketing. Español]

El siguiente paso en mercadotecnia directa : cómo usar bases de datos orientándolas al consumidor / Dick Shaver. -- México, D.F. : Prentice Hall, 1998.

xiv, 482 p. : il. ; 23 cm.

Incluye índice.

Contenido: La evolución de la mercadotecnia orientada por el consumidor – Elpaquete de correo directo en la mercadotecnia orientada por el consumidor.

1. Marketing directo 2. Canales de comercialización 3. Servicio al cliente

658.84 S47

450

Silverman, George, 1942-

[The secrets of word-of-mouth marketing: how to trigger exponential salesthrough runaway word of mouth. Español]

Los secretos del marketing boca a boca : cómo desencadenar ventasesponenciales propiciando la circulación de información / GeorgeSilverman. -- Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2001.

xx, 275 p. ; 23 cm.

1. Marketing directo 2. Canales de comercialización 3. Promoción de ventas 4. Técnicas de ventas

658.84 S54

451

Stern, Louis W., 1935-

[Marketing channels. Español]

Canales de comercialización / Louis W. Stern, Adel I. El-Ansary, Anne T. Coughlan, Ignacio Cruz Roche. -- Quinta edición. -- Madrid : Prentice-Hall Iberia, 1999.

xiv, 496 p. : diagrs. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Canales de comercialización—Administración 2. Distribución física de mercancías I. Ansary, Adel I. II. Coughlan, Anne T. III. Cruz Roche, Ignacio

658.84 S79 1999

452

Stone, Bob, 1918-2007.

[Successful telemarketing. Español]

Cómo hacer telemarketing con éxito : técnicas para aumentar ventas yganancias / Bob Stone, John Wyman. -- Barcelona : Granica, 1995.

352 p. : il. ; 22 cm. -- (Marketing/Publicidad)

Incluye índice.

1. Marketing directo 2. Telemarketing 3. Técnicas de ventas 4. Publicidad I. Wyman, John

658.84 S82

453

Strauss, Judy.

E-marketing / Judy Strauss, Raymond Frost. -- 5th ed. -- Upper Saddle River, N.J. : Pearson Prentice Hall, 2009.

xxi, 430 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 410-416) e índice.

Contenido: Marketing in context -- Marketing environment -- Marketing strategy --Marketing management.

1. Marketing en Internet I. Frost, Raymond, 1960-
658.84 S83

454

Terpstra, Vern.

[International dimensions of marketing. Español]

Introducción a la mercadotecnia internacional / Vern Terpstra, Lloyd C.Russow. -- Cuarta edición. -- México, D.F. : Thomson, 2000.

xi, 211 p. : diagrs. ; 22 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Mercado de exportación 2. Análisis de mercado 3. Marketing I. Russow, Lloyd C.
658.848 T41 2000

455

Vázquez Casielles, Rodolfo.

Distribución comercial : estrategias de fabricantes y detallistas / Rodolfo Vázquez Casielles, Juan Antonio Trespalacios Gutiérrez. -- Madrid : Editorial Civitas, 1997.

466 p. : il. ; 24 cm. -- (Biblioteca Civitas economía y empresa. Colección empresa)(Serie tratados y manuales)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Canales de comercialización 2. Distribución física de mercancías 3. Comercio minorista I. Trespalacios Gutiérrez, Juan Antonio.

658.84 V38

456

Wheeler, Steven.

Los canales de distribución : cómo las compañías líderes crean nuevas estrategias para servir a los clientes / Steven Wheeler, Evan Hirsh ; traducción, Margarita Cárdenas. -- Bogotá : Norma, 2000.

xxiii, 214 p. : il. ; 23 cm.

Antes del título: Si el producto ya no es el rey, ¿quién?

Para alumnos de la maestría Supply Chain Management.

1. Canales de comercialización 2. Marketing I. Hirsh, Evan II. Cárdenas, Margarita , traductor
658.84 W53

658.85 Venta personal (El arte de vender)

457

Alessandra, Anthony J.

[Be your own sales manager. Español]

Sea su propio gerente de ventas / Anthony Alessandra, Jim Cathcart, John Monoky. -- México, D.F. : McGraw-Hill Interamericana, 1992.

xii, 262 p. : il., diagrs. ; 21 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Personal de ventas 2. Técnicas de ventas I. Cathcart, Jim II. Monoky, John
658.85 A39

458

Beckwith, Harry, 1949-

[The art of selling yourself. Español]

El arte de venderse / Harry Beckwith, Christine Clifford Beckwith. -- Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2007.

322 p. ; 21 cm.

1. Técnicas de ventas 2. Personal de ventas 3. Relaciones con los clientes 4. Comunicación en marketing I. Beckwith, Christine Clifford, 1954-
658.85 B34

459

Bellino, Ricardo R.

¡Tienes tres minutos! : trucos infalibles para vender tus ideas a la primera / Ricardo R. Bellino ; prólogo de Donald Trump. -- Barcelona : Gestión 2000, 2007.

150 p. ; 23 cm.

1. Técnicas de ventas 2. Éxito en los negocios 3. Intuición
658.85 B41

460

Blessington, Mark.

[Sales reengineering from the outside in. Español]

Reingeniería de ventas (basada en el cliente) : cómo comprometer al cliente con un nuevo enfoque hacia las ventas, el marketing y los servicios / Mark Blessington, Bill O'Connell. -- Santafé de Bogotá : McGraw-Hill, 1996.

xiv, 228 p. : diagrs. ; 23 cm.

Incluye índice.

1. Técnicas de ventas 2. Reingeniería 3. Servicio al cliente I. O'Connell, Bill (William A.)
658.85 B62

461

Brennan, Charles D.

[Sales questions that close the sale: how to uncover your customer's real needs. Español]

Las preguntas que cierran la venta : como descubrir las verdaderas necesidades de sus clientes / Charles D. Brennan, Jr. -- Bogotá : Grupo Editorial Norma, 1995.

xiii, 189 p. : diagrs. ; 21 cm.

1. Técnicas de ventas--Preguntas y respuestas 2. Personal de ventas 3. Satisfacción del cliente
658.85 B82

462

Burg, Bob.

[Endless referrals: network your everyday contacts into sales. Español]

Contactos sin límite : forme una red con sus contactos de cada día y conviértalos en ventas / Bob Burg. -- México, D.F. : McGraw-Hill/Interamericana, 1995.

xv, 183 p. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 175-178) e índice.

1. Técnicas de ventas 2. Negocios--Sistemas de comunicación 3. Servicio al cliente
658.85 B94

463

Connor, Tim, 1942-

[Soft sell: the new art of selling, self-empowerment, and persuasion. Español]

Ventas fáciles : el nuevo arte de vender, autocapacitarse y persuadir /Tim Connor. -- México, D.F. : McGraw-Hill, 1995.

x, 213 p. : il. ; 23 cm.

"Técnicas novedosas de ventas, autocapacitación y persuasión"--Cubierta.

1. Técnicas de ventas 2. Administración de ventas

658.85 C76

464

García-Clairac, Santiago.

El libro del vendedor de ideas / Santiago García-Clairac. -- Madrid : Ediciones Díaz de Santos, 2003.

xiv, 111 p. : il. ; 21 cm.

Contenido: La estrategia -- El valor de las ideas -- La preparación -- La venta --El escenario de la venta -- Rematar la venta.

1. Técnicas de ventas 2. Personal de ventas 3. Éxito en los negocios

658.85 G23

465

Homs, Ricardo.

El poder de la negociación en la venta / Ricardo Homs Quiroga. -- México, D.F. : McGraw-Hill Interamericana, 2003.

xii, 132 p. ; 23 cm. + 1 CD-ROM

"Técnicas de negociación efectivas para lograr la venta. Todos vendemos algo... ¡Aún sin saberlo!"--Cubierta.

1. Técnicas de ventas 2. Comportamiento del consumidor

658.85 H72

466

Johnson, Spencer

[The one minute sales person. Español]

El vendedor al minuto / Spencer Johnson, Larry Wilson. -- Barcelona : Debolsillo, 2002.

181 p. ; 19 cm.

"Venda más con menos esfuerzo"--Cubierta.

1. Técnicas de ventas 2. Personal de ventas I. Wilson, Larry, 1930-

658.85 J67

467

Kahle, Dave.

[How to excel at distributor sales: winning strategies for distributor and dealer salespeople in a changing sales environment. Español]

Cómo alcanzar la excelencia en ventas en el nuevo milenio : estrategias exitosas para distribuidores y representantes de ventas enfrentados a un entorno altamente competitivo / Dave Kahle. -- Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2001.

xv, 352 p. : il. ; 22 cm.

1. Personal de ventas 2. Técnicas de ventas 3. Competencia económica--Marketing

658.85 K16C

468

Kahle, Dave.

[The six-hat salesperson: a dynamic approach for producing top results in every selling situation. Español]

Los seis sombreros del vendedor exitoso : un enfoque dinámico para producir resultados excelentes en todas las situaciones de ventas / Dave Kahle. -- Bogotá : Grupo Editorial Norma, 2000.

xiii, 331 p. : il. ; 21 cm.

1. Personal de ventas 2. Técnicas de ventas

658.85 K16

469

Kossen, Stan, 1931-

[Creative selling today. Español]

La venta creativa / Stan Kossen. -- Madrid : Ediciones Díaz de Santos, 1992.

xix, 568 p. : il. ; 21 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido: La naturaleza de la profesión de vender -- El carácter del mercado -- La necesidad de técnicas básicas de venta -- El proceso de vender -- Mejorarla eficacia de las ventas.

1. Personal de ventas 2. Técnicas de ventas 3. Administración de ventas

658.85 K77

470

Llamas, José María.

Estructura científica de la venta : técnicas profesionales de ventas / José María Llamas. -- Segunda edición. -- México, D.F. : Limusa, 1994.

451 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 433-437) e índice.

Contenido: Evolución, fundamentos y planeación de la venta -- Pasos o fases de la operación de ventas -- Funciones, actividades y psicodinámica del vendedor.

1. Técnicas de ventas 2. Personal de ventas 3. Administración de ventas

658.85 L719 1994

471

Mahé, Benoit

Retail coaching : la nueva disciplina para aumentar la productividad en el comercio / Benoit Mahé. -- Barcelona : Profit, 2011.

138 p. : bil. ; 23 cm.

1. Técnicas de ventas 2. Personal de ventas--Capacitación 3. Comercio minorista--Administración
4. Tutoría (Empresas)
658.85 M16

472

Manning, Gerald L.

[Selling today. Español]

Las ventas en el mundo actual / Gerald L. Manning, Barry L. Reece. -- Sexta edición. -- México, D.F. : Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997.

xxiii, 583 p. : il. , 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 545-561) e índices.

1. Técnicas de ventas 2. Comportamiento del consumidor I. Reece, Barry L.

658.85 M22 1997

473

Moraleda, Angel Luis.

La entrevista de ventas perfecta : un modelo y unos ejercicios para desarrollar la propia entrevista perfecta / Angel Luis Moraleda. -- 2a edición. -- [Madrid] : Fundación Confemetal, 1999.

143 p. : il. ; 23 cm.

Bibliografía: p. 143.

1. Técnicas de ventas 2. Personal de ventas--Entrevistas 3. Administración de ventas

658.85 M86 1999

474

Moraleda, Angel Luis.

Los errores fundamentales del vendedor : análisis de los mismos y recomendaciones para evitarlos / Angel Luis Moraleda. -- Madrid : Fundación Confemetal, 1998.

144 p. ; 23 cm.

1. Personal de ventas 2. Técnicas de ventas

658.85 M86E

475

Moskowitz, Howard R.

[Selling blue elephants. Español]

Vendiendo elefantes azules : cómo conseguir que la gente quiera los productos incluso antes de que sepa que los quiere / Howard R. Moskowitz, Alex Gofman. -- Barcelona : Gestión 2000, 2008.

340 p. : il., diagrs. ; 22 cm.

Incluye bibliografía e índice.

Contenido: Ganar tiempo -- Construir el futuro -- Expedición a Venus.

1. Técnicas de ventas 2. Marketing 3. Administración de ventas 4. Productos nuevos I. Gofman, Alex

658.85 M87

476

Moulinier, René, 1933-

[Pratique de l'entretien de vente. Español]

Venda más : optimizando la entrevista de ventas / René Moulinier. -- Barcelona : Gestión 2000, 1997.

122 p. : diagrs. ; 23 cm.

1. Técnicas de ventas 2. Personal de ventas 3. Administración de ventas 4. Consumidores--
Entrevistas
658.85 M88

477

Rubio Navarro, Elena.

Cómo crear, organizar, dirigir y motivar un equipo de ventas / ElenaRubio Navarro. -- Madrid :
Confemetal, 2001.

399 p. : diagrs. ; 23 cm.

Contenido: Creación de la red de ventas -- Organización y dirección de la red de ventas --
Motivación.

1. Personal de ventas--Administración 2. Personal de ventas--Aspectos psicológicos 3. Motivación
del empleado

658.85 R91

478

Salazar Triviño, Gilberto.

Coaching en acción : cómo desarrollar equipos de ventas de altacompetitividad / Gilberto Salazar
Triviño, Mauricio Molano Camacho. -- Santa Fé de Bogotá : McGraw Hill, 2000.

xvii, 152 p. ; 23 cm.

Bibliografía: p. [153].

Contenido: El entorno del coaching -- Modelo conceptual para el coaching -- Lasnuevas funciones y
herramientas del coach de ventas -- El Coach de ventasy las lecciones del coaching -- Casos de la
realidad empresarial.

1. Personal de ventas--Capacitación 2. Técnicas de ventas 3. Liderazgo 4. Tutoría (Empresas) I.
Molano Camacho, Mauricio

658.85 S18

479

Singer, Blair.

Vendedores perros : no tienes que ser un perro de ataque para tener éxito en las ventas / Blair
Singer ; [prólogo de Robert Kiyosaki] -- México, D.F. : Santillana, 2007.

292 p. : il. ; 23 cm. -- (Advisors)

1. Técnicas de ventas 2. Marketing 3. Administración de ventas I. Kiyosaki, Robert T.

658.85 S57

480

Tracy, Brian.

[Advanced selling strategies: the proven system of sales ideas, methods, and techniques used by
top salespeople everywhere. Español]

Estrategias eficaces de ventas : el sistema más contrastado de ideas, métodos y técnicas de
ventas empleado por los líderes comerciales mundiales / Brian Tracy. -- Barcelona : Paidós, 1997.

426 p. ; 22 cm. -- (Paidós empresa ; 47)

1. Técnicas de ventas 2. Personal de ventas 3. Éxito en los negocios 4. Marketing

658.85 T78

658.86 Mercadeo mediante canales de venta al por mayor

481

Yarnell, Mark, 1950-

[Your first year in network marketing: overcome your fears, experiencesuccess, and achieve your dreams!. Español]

Su primer año en el network marketing : ¡supere sus miedos, alcance el éxito, y logre sus sueños! / Mark Yarnell y Rene Reid Yarnell. -- Buenos Aires : Time & Money Network, 2004.

xxviii, 309 p. ; 23 cm.

Incluye índice.

1. Marketing multinivel 2. Canales de comercialización--Marketing 3. Administración de ventas--Marketing 4. Éxito en los negocios I. Yarnell, Rene

658.86 Y32

658.87 Mercadeo mediante canales de venta al por menor

482

Aldrich, Douglas F.

[Mastering the digital marketplace: practical strategies forcompetitiveness in the new economy. Español]

Dominio del mercado digital : estrategias para la competitividad en lanueva economía / Douglas F. Aldrich. -- México, D.F. : Oxford University Press, 2001.

xvii, 367 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1.Comercio electrónico 2.Marketing en Internet 3.Propiedad intelectual

658.872 A38

483

Alet, Josep

Marketing eficaz.com / Josep Alet. -- Barcelona : Gestión 2000, 2001.

398 p. : il. ; 25 cm.

"Cómo integrar Internet en su empresa para obtener más clientes ybeneficios"--Cubierta.

Incluye referencias bibliográficas (p. 395-398)

Contenido :Marketing en la era de la interactividad -- La estrategia competitiva eficaz -- Implantación eficaz de la estrategia empresarial -- Consecución y fidelización integradas de clientes -- Comercio electrónico.

1.Comercio electrónico 2.Marketing en Internet 3.Servicio al cliente 4.Industrias de servicios

658.872 A39

484

Álvarez Sánchez, José Manuel, 1979-

Telemarketing : la red como soporte de marketing y comunicación / José Manuel Álvarez Sánchez. Vigo : Ideaspropias Editorial, 2005.

239 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 233)

1.Telemarketing 2.Comercio electrónico 3.Relaciones con los clientes 4.Marketing en Internet

658.872 A49

485

Berman, Barry.

Retail management : a strategic approach / Barry Berman, Joel R. Evans. -- Ninth edition. -- Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall, 2004.

2 v. : il. col. ; 28 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

Contenido :v.1. Libro -- v.2. Casos y ejercicios.

1.Comercio minorista -- Administración 2.Planificación estratégica I. Evans, Joel R.

658.87 B45 2004 V.1

658.87 B45 2004 V.2

486

Bermúdez González, Guillermo

La franquicia : elementos, relaciones y estrategias / Guillermo J. Bermúdez González. -- Madrid : ESIC Editorial, 2002.

289 p. : il., diagrs. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas

1.Franquicias (Comercio minorista) 2.Planificación empresarial

658.8708 B45

487

Bird, Drayton

[Commonsense direct marketing. Español]

Marketing directo con sentido común / Drayton Bird. -- Madrid : Díaz de Santos, 1991.

ix, 392 p. : il. ; 21 cm.

Incluye índice.

1. Marketing directo 2.Planificación estratégica 3.Posicionamiento (Publicidad)

658.872 B58

488

Bishop, Bill, 1957-

[Strategic marketing for the digital age. Español]

Marketing estratégico para la era digital / Bill Bishop. -- México, D.F. : Compañía Editorial Continental, 2000.

xvi, 227 p. : il. ; 23 cm.

Glosario: p. 215-224.

Incluye referencias bibliográficas (p. 225-227)

Contenido :Introducción al marketing digital -- Planeación de su estrategia demarketing digital -- Dirija su programa de marketing digital -- La ética del marketing digital -- El futuro del marketing digital.

1.Marketing en Internet--Procesamiento de datos 2.Comercio electrónico 3.Servicios web

658.872 B59

489

Blackwell, Roger D.

[Customers rule!: why the e-commerce honeymoon is over and where winning businesses go from here. Español]

¡El cliente manda! : la importancia de las cadenas de abastecimiento en la satisfacción de sus necesidades / Roger D. Blackwell y Kristina Stephan. -- Bogotá : Norma, 2002.

368 p. ; 23 cm.

1.Marketing en Internet 2.Comportamiento del consumidor 3.Satisfacción del cliente I.Stephan, Kristina

658.872 B61

490

Blanchard, Olivier.

Social media ROI : managing and measuring social media efforts in your organization / Olivier Blanchard. -- Social media return on investment -- Indianapolis, Ind. : Que, 2011.

xvi, 292 p. : il. ; 23 cm.

Incluye índice.

1.Medios de comunicación de masas--Aspectos económicos 2.Marketing en Internet

658.872 B615

491

Bonilla, Diego.

Mercadotecnia e imagen en Internet / Diego Bonilla, José de Jesús DelToro. -- México, D.F. : Grupo Editorial Iberoamérica, 1996.

xi, 228 p. : il., diagrs. ; 23 cm.

"Herramientas fundamentales. Guía práctica para la elaboración de páginas electrónicas HTML. Perfil cultural, social y económico de los usuarios de Internet"--Cubierta.

Incluye referencias bibliográficas (p. [217]-228)

1.Marketing en Internet 2.Comercio electrónico 3.Relaciones con los clientes 4.World Wide Web 5. Publicidad por Internet I. Toro, José de Jesús del, 1971-

658.872 B73

492

Burruezo García, Juan Carlos.

Gestión moderna del comercio minorista : el enfoque práctico de las tiendas de éxito / Juan Carlos Burruezo García. -- Madrid : ESIC, 1999.

308 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 307-308)

1.Comercio minorista--España--Administración 2.Servicio al cliente 3.Administración de ventas--Marketing 4.Compras--Administración 5.Política de precios

658.87 B94

493

Claves del nuevo marketing : cómo sacarle partido a la web 2.0 / EvaSanagustín Fernández, coordinadora.-- Segunda edición. -- Barcelona : Gestión 2000, 2009.

247 p. ; 22 cm. -- (Marketing y ventas)

Bienvenidos al nuevo marketing -- Ver máss allá del banner -- Utilizar email marketing -- Elegir las palabras que venden -- Escuchar a los socialmedia -- Gestionar la reputación online --Comprender la analítica web -- Llevar años navegando -- Conseguir retorno 2.0.

1.Marketing en Internet 2.Comercio electrónico 3.Redes sociales I. Sanagustín Fernández, Eva

658.872 C 2009

494

Corstjens, Judy.

[Store wars. Español]

La batalla en el punto de venta : tácticas para distribuidores y fabricantes / Judith Corstjens y Marcel Corstjens. -- Barcelona : Ediciones Deusto, 2005.

340 p. : diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1.Comercio minorista 2.Distribución física de mercancías 3.Merchandising 4.Bienes de consumo--Marketing I. Corstjens, Marcel

658.87 C81

495

Deulofeu Aymar, Joaquim.

Gestión de calidad total en el comercio detallista / Joaquim Deulofeu Aymar. -- Madrid : Ediciones Pirámide, 2002.

166 p. : il. ; 22 cm. -- (Empresa y gestión)

Incluye referencias bibliográficas (p. [163]-166)

1.Comercio minorista--Control de calidad 2.Comercio minorista--Administración

658.87 D63

496

Distribución comercial / Salvador Miguel Peris...[et al.] -- 6a ed. -- Madrid : Esic, 2008.

482 p. : diagrs. ; 24 cm. -- (Libros profesionales de empresa)

Incluye referencias bibliográficas.

Contenido :El sistema de distribución comercial -- Análisis descriptivo de los canales de distribución -- Comercio asociado -- Comercio asociado: la franquicia -- Tipología de establecimientos comerciales minoristas -- Los métodos de venta -- Merchandising -- Estrategias de distribución -- La tecnología R.F.I.D. (Identificación por radio frecuencia) -- La mundialización de la distribución.

1.Marketing--España 2.Canales de comercialización 3.Distribución física de mercancías 4.Logística empresarial I. Miquel Peris, Salvador

658.87 D

497

Echebarría Sáenz, Joseba A. (Joseba Aitor)

El contrato de franquicia : definición y conflictos en las relaciones internas / Joseba A. Echebarría Sáenz. -- Madrid : McGraw-Hill, 1995.

xlii, 641 p. ; 21 cm. -- (Monografía. Ciencias jurídicas)

Incluye referencias bibliográficas (p. 611-641)

Contenido :Configuración del contrato de franquicia -- Las relaciones internas en el contrato de franquicia -- Extinción del contrato de franquicia.

1.Franquicias (Comercio minorista)--Aspectos jurídicos 2.Contratos comerciales

658.8708 E16

498

Fisher, Marshall L.

The new science of retailing : how analytics are transforming the supply chain and improving performance / Marshall Fisher and Ananth Raman. -- Boston, Mass. : Harvard Business Press, 2010.

x, 252 p. : il. ; 25 cm.

Contenido :Retail valuation : how investors value product availability and inventory management -- Assortment planning : mining sales data to discover "homerun" products you are missing -- Product life cycle planning : how to reinvent forecasting, inventory optimization, and markdown pricing -- Flexible supply chains : how to design for greater agility end to end -- Reducing perverse incentive misalignment in supply chains -- Store level execution : increasing sales through better availability of products and store associates -- Company-wide implementation : managerial issues affecting implementation -- Technological risk : how retailers should assess and manage emerging technologies.

1.Comercio minorista--Administración 2.Logística empresarial I. Raman, Ananth
658.87 F53

499

Fleming, Paul.

Hablemos de marketing interactivo : reflexiones sobre marketing digital y comercio electrónico / Paul Fleming en colaboración con Ma. José Alberdi Lang. -- 2a edición revisada y actualizada. Madrid : ESIC Editorial, 2000.

219 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [217]-219)

1.Marketing en Internet--España 2.Comercio electrónico--España 4.Publicidad por Internet

I. Alberdi Lang, María José

658.872 F57 2000

500

Focacci, Luisa.

Application service providers in business / Luisa Focacci, Robert J. Mockler, Marc E. Gartenfeld. -- New York : Best Business Books, 2005.

ix, 213 p. : il. ; 22 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 193-204) e índice.

1. Servicios web 2.Comercio electrónico I. Mockler, Robert J. II. Gartenfeld, Marc E.

658.872 F69

501

Foro Internacional La Franquicia un Modelo de Negocio Estratégico (2004 : Bogotá, Colombia)

La franquicia : un modelo de negocio estratégico : beneficio directo de la marca / Foro Internacional la Franquicia un Modelo de Negocio Estratégico. -- Bogotá : Escuela Colombiana de Ingeniería, 2006.

x, 220 p. : diagrs. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

1. Franquicias (Comercio minorista)--Colombia

658.8708 F7

502

Funk, Tom.

Web 2.0 and beyond : understanding the new online business models, trends, and technologies / Tom Funk. -- Westport, Conn. : Praeger, 2009.

xviii, 172 p. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [159]-165) e índice.

1. Web 2.0 2.Comercio electrónico 3.Marketing en Internet 4.Tecnología de la información--
Administración
658.872 F96

503

Gabriel i Eroles, Josep-Lluís de, 1973-

Internet marketing 2.0 : captar y retener clientes en la red / Josep-Lluís de Gabriel i Eroles. --
Internet marketing 2.0. -- Barcelona : Reverté, 2010.

xii, 236 p. : il., diagrs. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 235-236)

1. Marketing en Internet

658.872 G11

504

García, Emilio

Una aproximación al retail moderno / Emilio García Vega. -- Lima : Universidad del Pacífico, 2011.
197 p. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p.183-197)

Contenido :El concepto de retail -- Supermercados -- Tiendas por departamento -- Centros
comerciales -- Tendencias y perspectivas del retail en el Perú yel mundo -- Una mirada hacia los
clientes -- A manera de conclusión: unamirada hacia el futuro del retail en el Perú.

1.Canales de comercialización 2.Centros comerciales 3.Almacenes al por menor 4.Supermercados

I. Universidad del Pacífico (Lima)

658.87 G24

505

Gastañaduy Benel, Alfonso.

Franquicias : opción de desarrollo estratégico / Alfonso Gastañaduy. -- Lima : ESAN ediciones,
2000.

305 p. : il. ; 21 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 299-305)

Contenido :Aspectos generales -- Aspectos financieros de la franquicia – Componentes del sistema
empresarial de franquicias -- Dinámica empresarial delbusiness format franchising.

1.Franquicias (Comercio minorista)--Estudio de casos 2.Franquicias (Comercio minorista)--
Aspectos económicos 3.Empresas industriales 4.Planificación empresarial 5.Contratos comerciales

I. Escuela de Administración de Negocios para Graduados (Lima)

658.8708 G27

506

Gillin, Paul.

Social marketing to the business customer : listen to your B2B market, generate major account
leads, and build client relationships / PaulGillin, Eric Schwartzman. -- Hoboken, N.J. : Wiley, c2011.

xxii, 250 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1.Marketing en Internet 2.Marketing--Aspectos sociales 3.Marketing social I. Schwartzman, Eric.

658.872 G45

507

Gorchels, Linda.

The managers guide to distribution channels / Linda Gorchels, Edward J. Marien, Chuck West. -- New York, : McGraw-Hill, c2004.

xii, 225 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido :Understanding distribution -- Forces shaping channel strategy -- Supply chain management -- Legal issues and the reseller contract -- Clarifying requirements -- Channel design -- International channel design -- Selecting suitable channel partners -- Understanding the distributors world: implications for suppliers -- Establishing mutual performance expectations -- Improving channel effectiveness -- Monitoring performance and adjusting plans.

1. Canales de comercialización I. West, Chuck II. Marien, Edward J.

658.87 G74

508

Groeneveld, Kees.

[De service-economie. Español]

La nueva economía de servicios : la nueva prestación de servicios como arma estratégica de la nueva economía / Kees Groeneveld, Johan Hoogerbrug. -- Madrid : Prentice Hall, 2002.

xxiii, 217 p. : il. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [211]-213) e índice.

1. Comercio electrónico 2. Servicio al cliente 3. Marketing en internet 4. Industrias de servicios

I. Hoogerbrug, Johan

658.872 G82

509

Hanson, Ward A.

[Principles of internet marketing. Español]

Principios de mercadotecnia en Internet / Ward Hanson. -- México, D.F. : Thomson Learning, 2001.

xv, 465 p. : il., diagrs. ; 24 cm.

Glosario: p. 441-454.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

Contenido :Un marco para la mercadotecnia por Internet -- Temas de mercadotecnia en línea -- Implantación y organización.

1. Marketing en Internet 2. Comercio electrónico 3. Redes sociales en línea

658.872 H21

510

Hasty, Ronald W.

[Retail management. Español]

Gerencia de ventas al detal / Ron Hasty, James Reardon. Santafé de Bogotá, D.C. : McGraw-Hill, 1998.

xxiv, 644, [36] p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

Contenido :El entorno de la venta al detal -- El cliente minorista -- La tienda minorista -- Merchandising y fijación de precios en la venta al detal -- Comunicación con el cliente minorista -- Retos y cambios en la venta al detal.

1. Comercio minorista--Administración 2. Comercio minorista--Estudio de casos 3. Merchandising

4. Control de precios I. Reardon, James, 1965-
658.87 H23

511

Hill, Brad, 1953-

Building your business with Google for dummies / by Brad Hill. -- Hoboken, NJ : Wiley Pub., c2004.
xvi, 358 p. : il. ; 24 cm. -- (For dummies)

Incluye índice.

Google

1.Comercio electrónico 2.Buscadores de Internet 3.Negocios--Redes de computadoras

658.872 H54

512

Janal, Daniel S.

[Dan Janal's guide to marketing on the Internet. Español]

Marketing en Internet : cómo lograr que la gente visite, compre y regrese su sitio Web / Daniel S. Janal. -- México, D.F. : Pearson Educación, 2000.

xiii, 386 p. : il. ; 23 cm.

Incluye índice.

Contenido :La estrategia de marketing en línea -- Ventas en línea -- Cómo promover su sitio web -- Cómo conseguir clientes de por vida con los programas demarketing uno a uno -- Herramientas de marketing en línea – Relaciones con los medios en línea.

1.Marketing en Internet 2.Sitios Web

658.872 J21

513

Juan Vigaray, María Dolores de.

Comercialización y retailing : distribución comercial aplicada / Ma.Dolores de Juan Vigaray. -- Madrid : Pearson Educación, 2005.

xix, 398 p. : il. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [389]-392) e índice.

Contenido :Comercialización -- Formatos comerciales -- Retailing.

1.Comercio minorista--Estudio de casos 2.Distribución física de mercancías 3.Canales de comercialización

658.87 J81

514

Kiser Rodriguez, Luis.

Franquicias : la elaboración de una idea de negocio, en base a la oportunidad detectada / Luis Kiser Rodriguez. -- Lima : Nathan Associates, 2009.

71 p. : il., diagrs. ; 24 cm.

Publicación producida por el Proyecto USAID / PERU / MYPE COMPETITIVA.

Glosario: p. 69-71.

1.Franquicias (Comercio minorista) 2.Pequeñas y medianas empresas—Perú I. Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional

658.8708 K57

515

Kramer, Marc.

Web sites built to last : lessons from leading sites for surviving and prospering on the Internet / by Marc Kramer. -- Avon, Massachusetts : Adams Media Corporation, 2002.

xv, 272 p. : il. ; 23 cm.

Incluye índice.

1.Comercio electrónico 2.Sitios Web 3.Planificación empresarial

658.872 K79

516

Laudon, Kenneth C.

E-commerce : negocios, tecnología, sociedad / Kenneth C. Laudon, Carol Guercio Traver. -- Cuarta edición -- México : Pearson Educación, 2009.

xxxvi, 809, [55] p. il., diagrs. ; 26 cm.

"Traducción, Alfonso Vidal Romero Elizondo ; revisión técnica, María del Carmen Gutiérrez Díez".

Incluye referencias bibliográficas: p. [811-826] e índice.

1.Comercio electrónico 2.Marketing en Internet 3.Empresas--Innovaciones tecnológicas

4. Tecnología de la información I. Guercio Traver, Carol

658.872 L29 2009

517

Levy, Justin R. (Justin Robert)

Facebook marketing : designing your next marketing campaign / Justin R. Levy. -- Second edition -- Indianapolis, Indiana : Que, 2010.

xvi, 195 p. : il. ; 23 cm.

Incluye índice.

"Completely revised and updated!"--Cubierta.

Facebook (Recurso electrónico)

1.Marketing en Internet 2.Publicidad por Internet 3.Redes sociales--Recursos en Internet

658.872 L54

518

Lewison, Dale M.

[Retailing. Español]

Ventas al detalle / Dale Lewison. -- Sexta edición. -- México, D.F. : Prentice Hall, 1999.

xi, 884 p. : il., diagrs. ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

1.Comercio minorista 2.Administración de ventas--Marketing

658.87 L54 1999

519

Li, Charlene.

Marketing in the groundswell / Charlene Li and Josh Bernoff. -- Boston, Mass. : Harvard Business Press, c2009.

xii, 131 p. : il., diagr. ; 19 cm. -- (Marketing)

Incluye referencias bibliográficas (p. 121-122) e índice.

1. Marketing en Internet 2. Redes sociales en línea--Aspectos económicos 3. Sociedad de la información--Aspectos económicos I. Bernoff, Josh
658.872 L58

520

Macy, Beverly.

The power of real-time social media marketing : how to attract and retain customers and grow the bottom line in the globally connected world / Beverly Macy, Teri Thompson. -- New York : McGraw-Hill, c2011.

xxii, 244 p. : il., mapa ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing en Internet 2. Redes sociales en línea I. Thompson, Teri.

658.872 M13

521

Marzorati, Osvaldo J.

Franchising / Osvaldo J. Marzorati. -- Buenos Aires : Astrea, 2001.

xxiii, 459 p. ; 23 cm.

"Características. Lanzamiento. Expansión internacional. El garante. Master y development franchise agreements. Cambio de condiciones. Transferencia. Terminación. Responsabilidad y control. Internet y la franquicia".

Incluye referencias bibliográficas (p. [453]-459)

Contenido : Contrato de franquicia comercial -- Legislación y tendencias del derecho comparado -- Los problemas de Internet y la franquicia comercial -- Temas conflictivos en la franquicia.

1. Franquicias (Comercio minorista)--Legislación 2. Contratos comerciales

658.8708 M26

522

M-commerce : global experiences and perspectives / Nikhilesh Dholakia, Morten Rask, Ruby Roy Dholakia, [editores]. -- Hershey, Pennsylvania : Idea Group Pub., 2006.

xviii, 309 p. : il., diagrs. ; 26 cm.

"Glossary of m-commerce terms": p. 276-290.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Comercio electrónico móvil 2. Sistemas de telecomunicación I. Dholakia, Nikhilesh, II. Rask, Morten, III. Dholakia, Ruby Roy

658.872 M

523

Merino de Souza, Alberto.

La llave del éxito para el minorista / Alberto Merino de Souza, Vanessa Piaggio Anderson. -- Lima : Inteligencia Comercial Latinoamericana, 2001.

139 p. : diagrs. ; 20 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 139)

1. Comercio minorista 2. Promoción de ventas 3. Merchandising 4. Éxito en los negocios I. Piaggio Anderson, Vanessa

658.87 M43

524

Newell, Frederick, 1926-

[Loyalty.com: customer relationship management in the new era of Internet marketing. Español]
Clienteleal.com : cómo manejar las relaciones con los clientes en la nueva era del comercio electrónico / Frederick Newell. -- México, D.F. : McGraw-Hill Interamericana, 2001.

xx, 300 p. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 283-293) e índice.

1. Marketing en Internet 2. Comercio electrónico 3. Relaciones con los clientes

658.872 N49

525

Ortiz de Zárate, Álvaro

Manual de franquicia / Álvaro Ortiz de Zárate. -- Madrid : Ediciones Deusto, 1993.

218 p. ; 21 cm.

1. Franquicias (Comercio minorista)

658.8708 O74

526

Prieto, Mariano Alonso.

Una franquicia para mi nuevo negocio : todo lo que necesita conocer para ser franquiciado / Mariano Alonso Prieto con la colaboración de Tormo & Asociados. -- Madrid : Ediciones Selina Olmedo, 1997.

255 p. ; 23 cm

1. Franquicias (Comercio minorista) 2. Empresas comerciales I. Tormo & Asociados

658.8708 P86

527

Raab, Steven S., 1949-

Franquicias : ventajas y desventajas de su venta / Steven S. Raab con Gregory Matusky.

Franquicias : cómo multiplicar su negocio. -- México, D.F. : Limusa : Grupo Noriega, 1991.

330 p. : il. ; 23 cm.

"La clave para su otorgamiento. Cómo estructurarlas. 5 factores para tener éxito. Su difusión por medio de la publicidad. Ventajas en la utilización de capital de terceros"--Cubierta.

Incluye índice.

1. Franquicias (Comercio minorista)--Estados Unidos 2. Franquicias (Comercio minorista)--Legislación--Estados Unidos I. Matusky, Gregory

658.8708 R11

528

Rangan, V. Kasturi

Transforming your go-to-market strategy : the three disciplines of channel management / V. Kasturi Rangan ; with the research assistance of Marie Bell. -- Boston : Harvard Business School Press, 2006.

x, 289 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 279-282) e índice.

1. Canales de comercialización 2. Logística empresarial 3. Distribución física de mercancías I. Bell, Marie

658.87 R24

529

Rica, Enrique de la.

Cómo vender productos y servicios en la era digital : claves para comprender el marketing de la tecnología / Enrique de la Rica. -- Barcelona : Ediciones Gestión 2000, 2000.

364 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas: (p. [361]-364).

1. Marketing en Internet 2. Telemarketing 3. Comercio electrónico

658.872 R53

530

Safko, Lon.

The social media bible : tactics, tools, and strategies for business success / Lon Safko. -- Second edition. -- Hoboken, N.J. : Wiley, c2010.

xix, 771 p. : il. ; 24 cm.

Incluye índice.

Contenido : What is social media? -- Say hello to social networking -- Everyone's a publisher -- It's not your father's email -- The world of web pages -- The internet forum -- The ubiquitous blog -- The wisdom of the wiki -- A picture is worth a thousand words -- Talking about the podcast -- Got audio? -- Watch out for vlogs -- Got video -- Thumbs up for microblogging -- Live from anywhere, it's livecasting -- Virtual worlds, real impact -- Gaming the system : virtual gaming -- RSS, really simple syndication made simple -- Spotlight on search -- Marketing yourself -- The formidable fourth screen (mobile) -- Let the conversation begin (interpersonal) -- Social networks -- Publish -- Photo -- Audio -- Video -- Microblogging -- Livecasting -- Virtual worlds -- Gaming -- Productivity applications -- Aggregators -- RSS -- Search -- Mobile -- Interpersonal -- Analyze your existing media -- The social media trinity -- Integrate strategies -- Identify resources -- implement and measurement.

1. Marketing en Internet 2. Medios de comunicación de masas -- Aspectos económicos 3. Redes sociales en línea -- Aspectos económicos 4. Comercio electrónico

658.872 S14

531

Sánchez Jiménez, Alan.

La franquicia como alternativa de crecimiento empresarial en el Perú / Alan Sánchez Jiménez.

Lima : Universidad de Lima, Fondo de Desarrollo Editorial, 2002.

105 p. : diagrs. ; 28 cm. -- (Colección tesis)

Texto a doble columna.

Incluye referencias bibliográficas (p. 103-105)

1. Franquicias (Comercio minorista) -- Perú -- Estudio de casos I. Universidad de Lima. Fondo de Desarrollo Editorial

658.8708 S23

532

Scott, David Meerman.

The new rules of marketing and PR : how to use social media, blogs, news releases, online video, & viral marketing to reach buyers directly / David Meerman Scott.

New rules of marketing and public relations -- 2nd ed. -- Hoboken, N.J. : Wiley, c2010.

xxx, 289 p. ; 23 cm.

Incluye índice.

"A businessweek bestseller" -- Cubierta.

1. Marketing en Internet 2. Relaciones públicas
658.872 M36

533

Shih, Clara Chung-wai.

The Facebook era : tapping online social networks to build better products, reach new audiences, and sell more stuff / Clara Shih. -- Boston : Prentice Hall, c2009.

xiv, 236 p. : il. ; 23 cm.

Incluye índice.

Contenido : The fourth revolution -- The evolution of digital media -- Social capital from networking online -- Social sales -- Social network marketing -- Social innovation -- Social recruiting -- Engage your customers -- Get your message across -- Build and manage your relationships -- Corporate governance and strategy -- The future of social business.

Facebook (Recurso electrónico)

1. Empresas--Redes de computadoras 2. Redes sociales en línea

658.872 S47

534

Solis, Brian.

The end of business as usual : rewire the way you work to succeed in the consumer revolution / Brian Solis. -- Hoboken, N.J. : John Wiley & Sons, c2011.

xvi, 304 p. : il. ; 23 cm.

Incluye índice.

1. Marketing en Internet--Aspectos sociales 2. Administración--Aspectos sociales 3. Redes sociales
4. Comportamiento del consumidor 5. Relaciones con los clientes

658.872 S66E

535

Solis, Brian.

Engage! : the complete guide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web / Brian Solis. -- Revised and updated. -- Hoboken, N.J. : Wiley, c2011.

xx, 316 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing en Internet 2. Redes sociales en línea 3. Medios de comunicación de masas--Aspectos económicos

658.872 S66

536

Sterne, Jim, 1955-

Social media metrics : how to measure and optimize your marketing investment / Jim Sterne. -- Hoboken, N.J. : John Wiley, 2010.

xxxi, 240 p. : il. ; 24 cm. -- (The new rules of social media series)

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing en Internet 2. Medios de comunicación de masas--Aspectos económicos 3. Análisis de mercado 4. Redes sociales en línea--Aspectos económicos

658.872 S79

537

Strauss, Judy.

Marketing on the Internet : principles of online marketing / Judy Strauss, Raymond Frost. -- Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall, 1999.

xxiii, 383 p. : il., diagrs. ; 23 cm.

Glosario: p. [345]-359.

Incluye referencias bibliográficas (p. 361-370) e índice.

Contenido :Online marketing prelude -- Internet marketing strategies -- The internetmarketing plan.

1. Marketing en Internet I. Frost, Raymond, 1960-

658.872 S83

538

Tapscott, Don, 1947-

Digital capital : harnessing the power of business webs / Don Tapscott, David Ticoll, Alex Lowy. -- Boston, Massachusetts : Harvard Business School Press, 2000.

xiii, 272 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 249-258) e índice.

Contenido :The new models of wealth creation -- The human and relationship elements of digital capital -- Strategies for business webs.

1. Comercio electrónico--Aspectos económicos 2. Tecnología de la información—Aspectos económicos 3. Internet--Aspectos económicos 4. World Wide Web--Aspectos económicos I. Lowy, Alex II. Ticoll, David

658.872 T21

539

Townsley, María.

[Retail. Español]

Ventas al detalle / María Townsley. -- México, D.F. : Thomson, 2004.

168 p. : il. ; 27 cm. -- (Business)

Incluye índice.

Contenido :La industria de las ventas al detalle -- Planeación de la estrategia de negocios -- Mercancía -- Ubicación y diseño del punto de venta -- Otras funciones de los negocios -- Ventas al detalle bajo un régimen legal y ético.

1. Comercio minorista—Administración 2. Administración de ventas 3. Negocios

658.87 T77

540

Vassos, Tom.

[Strategic Internet marketing. Español]

Estrategias de mercadotecnia en Internet / Tom Vassos. -- México, D.F. : Prentice Hall Hispanoamericana, 1996.

xxii, 326 p. : il. ; 24 cm.

"Una guía práctica, paso a paso, para administradores que piensan en Internet como una herramienta importante de mercadotecnia y la usan comotal"--Cubierta.

Incluye índice.

1. Marketing en Internet 2. Comercio electrónico 3. Publicidad por Internet

658.872 V36

541

Viney, David.

Get to the top on Google : tips and techniques to get your site to the top of the search engine rankings-- and stay there / David Viney. -- London ; Boston : Nicholas Brealey Publishing, 2009. vi, 250 p. ; 24 cm.

Incluye índice.

Google

1. Marketing en Internet 2. Buscadores de Internet 3. Empresas--Redes de computadoras

658.872 V71

658.91 Marketing en campos específicos de actividad

542

Hotelería y turismo : manual de administración hotelera. -- Málaga : Ediciones Daly, 2010.

313 p. : il. col. ; 30 cm.

Contenido: Organización hotelera y turismo -- El hotel -- Área de dirección -- Área de alojamiento -- Área comercial -- Área administración.

1. Administración hotelera 2. Administración hotelera--Manuales

658.9164794 H

543

Alonso Coto, Manuel A.

Marketing político 2.0 : lo que todo candidato necesita saber para ganar las elecciones / Manuel A. Alonso, Ángel Adell. -- Barcelona : Planeta, 2011.

307 p. ; 23 cm.

1. Marketing--Aspectos políticos 2. Campañas electorales--Marketing 3. Comunicación en política I. Adell, Ángel.

658.913247 A45

544

Baena Paz, Guillermina.

Credibilidad política y marketing mix / Guillermina Baena Paz. -- México, D.F. : McGraw Hill, 1998. xi, 172 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 167-172).

1. Campañas electorales--Marketing 2. Comunicación en política 3. Marketing--México--Aspectos políticos 4. Opinión pública

658.913247 B15

545

Barranco Sáiz, Francisco Javier.

Marketing político / Francisco Javier Barranco Sáiz. -- Madrid : Pirámide : ESIC, 2003.

261 p. : diagrs. ; 23 cm. -- (Marketing sectorial)

Bibliografía: p. [259]-261.

Contenido: El plan de marketing político -- Análisis del mercado político -- Política del producto: el partido, el candidato y el programa electoral -- Técnicas de venta política -- Publicidad política -- Organización del departamento de marketing de un partido político.

1. Campañas electorales—Marketing 2. Tácticas políticas 3. Comunicación en política—Marketing
4. Partidos políticos—Marketing 5. Marketing--España--Aspectos políticos
658.913247 B25

546

Barrientos Felipa, Pedro.

Ensayos de marketing político / Pedro Barrientos Felipa. -- Lima : Universidad Ricardo Palma : Editorial Universitaria, 2006.

208 p. : diagrs. ; 20 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 203-204).

1. Campañas electorales--Marketing 2. Tácticas políticas 3. Partidos políticos--Marketing 4. Marketing--Perú--Aspectos políticos

658.913247 B254

547

Barrutia Legarreta, José María.

Marketing bancario en la era de la información / José María BarrutiaLegarreta. -- Madrid : Pirámide : ESIC, 2002.

262 p. : diagrs. ; 23 cm. -- (Marketing sectorial)

Incluye referencias bibliográficas (p. [261]-262).

Contenido: Marketing estratégico -- Marketing táctico -- Marketing relacional.

1. Marketing bancario 2. Marketing relacional

658.913321 B25

548

Belz, Frank-Martin.

Sustainability marketing : a global perspective / Frank Belz and KenPeattie. -- Chichester, West Sussex, U.K. ; Hoboken, NJ : John Wiley and Sons, 2009.

xiv, 292 p. : il., diagrs. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing ecológico 2. Marketing--Aspectos ambientales 3. Medio ambiente—Marketing I. Peattie, Ken.

658.91577 B41

549

Bigné, J. Enrique (José Enrique)

Marketing de destinos turísticos : análisis y estrategias de desarrollo/ J. Enrique Bigné, Xavier Font, Luisa Andreu. -- Madrid : ESIC, 2000.

543 p. : il. ; 24 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

1. Turismo--Marketing 2. Turismo--Españaa--Marketing 3. Turismo--España—Planificación 4. Turismo--Aspectos económicos I. Font, Xavier II. Andreu, Luisa

658.913384791 B54

550

Calomarde, José.

Marketing ecológico / José V. Calomarde. -- Madrid : ESIC Editorial : Ediciones Pirámide, 2000.

237 p. : il. ; 23 cm. -- (Marketing sectorial)

Incluye índice.

Bibliografía: p. [229]-231.

1. Marketing ecológico 2. Medio ambiente--Marketing 3. Responsabilidad social de la empresa
658.91577 C23

551

Cavero de la Peña, Ivan.

La vida recompensa las acciones: marketing y prácticas para la generación de negocios en el despacho de abogados / Ivan Cavero de la Peña ; presentación de Jorge Pérez-Taiman ; prólogo de Marisa Méndez. -- Lima : Ediciones Magna, 2009.

293 p. : il. ; 21 cm.

Bibliografía: p. 285-290.

1. Estudio de abogados--Marketing

658.9134 C38

552

Channon, Derek F.

[Bank strategic management and marketing. Español]

Marketing y dirección estratégica en la banca / Derek F. Channon. -- Madrid : Díaz de Santos, 1990.

xii, 347 p. : diagrs. ; 21 cm. -- (Liderazgo en banca)

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing bancario 2. Planificación estratégica 3. Industria de servicios financieros

658.913321 C52

553

Chias, Josep.

El negocio de la felicidad : desarrollo y marketing turístico de países, regiones, ciudades y lugares / Josep Chias. -- Madrid : Prentice Hall, 2005.

xvii, 207 p. : il. ; 25 cm.

Bibliografía: p. 205-207.

1. Turismo--Marketing 2. Turismo--Planificación 3. Segmentación del mercado 4. Marcas de empresas

658.913384791 C548

554

Cole, David, 1945-

[The complete guide to book marketing. Español]

Marketing editorial : la guía / David Cole. -- México, D.F. : Fondo de Cultura Económica, 2003.

219 p. ; 23 cm. -- (Libros sobre Libros)

Incluye referencias bibliográficas e índices.

1. Editoriales--Marketing 2. Libros--Estados Unidos--Marketing 3. Industrias y comercio del libro

658.910705 C75

555

Comisión de Promoción del Perú.

Perfil de canales de distribución internacional / Comisión de Promoción del Perú. -- Lima : PromPerú, 2000.

175 p. : il., diagrs. ; 29 cm.

"Perú: país en marcha = A country on the move"--Cubierta.

Contenido: Acerca de los canales de distribución internacional – Ferias internacionales de turismo -- Bolsas de turismo o workshops -- Viajes de familiarización o fam trips -- Press tours -- Percepción del Perú como destino turístico.

1. Turismo--Perú--Marketing 2. Promoción del turismo 3. Canales de comercialización 4. Turismo--Marketing

658.913384791 C7

556

Ehrlich, Evelyn, 1950-

The financial services marketing handbook : tactics and techniques that produce results / Evelyn Ehrlich and Duke Fanelli. -- New Jersey : Bloomberg Press, 2004.

xii, 262 p. : il., diagrs. ; 24 cm.

"With a special section on marketing for sales professionals"--Cubierta.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Finanzas--Marketing--Estados Unidos 2. Industrias de servicios--Finanzas--Estados Unidos 3. Instituciones financieras--Marketing 4. Relaciones con el cliente 5. Planificación estratégica I. Fanelli, Duke, 1954-

658.913321 E33

557

Elizagarate, Victoria de.

Marketing de ciudades / Victoria de Elizagarate. -- Madrid : Pirámide : ESIC, 2003.

191 p. : il. ; 23 cm. -- (Marketing sectorial)

Bibliografía: p. [185]-191.

1. Marketing territorial 2. Gobierno local--Relaciones públicas--España

658.9132085 E41

558

Estelami, Hooman.

Marketing financial services / Hooman Estelami. -- Indianapolis : Dog Ear Publishing, 2007.

xv, 342 p. : il., diagrs. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Industria de servicios financieros--Marketing--Estudio de casos 2. Instituciones financieras--Marketing 3. Satisfacción del cliente

658.91332 E92

559

Estrategias de comunicación para gobiernos / editores Roberto Izurieta, Rubén M. Perina, Christopher Arterton. -- Washington, D.C. : Unidad para la Promoción de la Democracia de la Organización de los Estados Americanos : George Washington University, 2001.

262 p. ; 21 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

1. Campañas electorales--Marketing 2. Comunicación en política 3. Marketing en Internet 4. Relaciones públicas I. Izurieta, Roberto II. Perina, Rubén M. III. Arterton, F. Christopher

658.913247 E

560

Fernández Collado, Carlos.

Marketing electoral e imagen de gobierno en funciones : cómo lograr campañas políticas exitosas / Carlos Fernández Collado, Roberto Hernández Sampieri. -- México, D.F. : McGraw-Hill, 2000.

ix, 142 p. : il. ; 23 cm.

Glosario: p. [131]-134.

Contenido: Marketing electoral -- La comunicación en funciones de gobierno.

1. Campañas electorales--Marketing 2. Tácticas políticas 3. Marketing--México--Aspectos políticos I. Hernández Sampieri, Roberto

658.913247 F41

561

Frías, Dolores M.

Marketing farmacéutico / Dolores M. Frías. -- Madrid : ESIC Editorial : Ediciones Pirámide, 2000.

285 p. : il., diagrs. ; 23 cm. -- (Marketing sectorial)

Bibliografía: p. [271]-285.

Contenido: El sector farmacéutico -- Comercialización de productos farmacéuticos.

1. Industria farmacéutica--Marketing 2. Medicamentos--Marketing

658.916151 F84

562

Grant, John, 1964-

The green marketing manifesto / John Grant. -- Chichester, England : John Wiley & Sons, 2007.

xvi, 304 p. : il. ; 22 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [293]-296) e índice.

1. Marketing ecológico 2. Marketing ecológico--Estudio de casos 3. Responsabilidad social de la empresa

658.91577 G78

563

Kotler, Philip.

[Marketing for hospitality and tourism. Español]

Marketing para turismo / Philip Kotler, John Bowen, James Makens ; coautores Ramón Rufín Moreno, Ma Dolores Reina Paz. -- Tercera edición. -- Madrid : Pearson Educación, 2004.

xviii, 565 p. : diagrs. ; 27 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Turismo—Marketing 2. Turismo--Administración--Estudio de casos 3. Administración hotelera I. Bowen, John (John T.), 1948- II. Makens, James C. III. Rufín Moreno, Ramón IV. Reina Paz, Mariló

658.913384791 K77 2004

564

Kotler, Philip.

[Marketing professional services. Español]

Mercadeo de servicios profesionales / Philip Kotler. -- Bogotá : Legis, 1988.

viii, 298 p. : il. ; 23 cm. -- (Serie empresarial)

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Profesiones--Marketing 2. Marketing de servicios 3. Industrias de servicios I. Bloom, Paul N.

658.91305553 K77

565

Kotler, Philip

[Marketing for hospitality and tourism. Español]

Mercadotecnia para hotelería y turismo / Philip Kotler, John Bowen, James Makens. -- México, D.F. : Prentice Hall Hispanoamericana, 1997.

xvii, 704 p. : il., diagrs. ; 25 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Administración hotelera 2. Turismo—Marketing I. Bowen, John (John T.), 1948- II. Makens, James C.

658.9164794 K77

566

Kotler, Philip.

Strategic marketing for educational institutions / Philip Kotler, Karen F.A. Fox. -- Second edition. -- Upper Saddle River, New Jersey : Prentice-Hall, 1995.

xii, 484 p. : il. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas e índices.

1. Educación--Marketing 2. Administración escolar--Marketing 3. Planificación educativa I. Fox, Karen F. A., 1944-

658.9137 K77 1995

567

Le Monnier Framis, Fernando.

Marketing ferial : cómo gestionar y rentabilizar su participación en salones profesionales / Fernando Le Monnier Framis. -- Barcelona : Gestión 2000, 1994.

104 p. ; 22 cm.

Bibliografía: p. 103-104.

Contenido: Panorama del sector ferial -- Los salones al servicio de la empresa -- Pre-feria: ¿Qué debe hacer el expositor antes de acudir a un salón? -- En feria: ¿Cómo debe actuar el expositor en el stand? -- Post-feria: ¿Qué hacer una vez concluido el salón?

1. Ferias--Marketing 2. Ferias--Administración

658.9138118 L33

568

Manes, Juan Manuel.

Marketing para instituciones educativas : guía para planificar la captación y retención de alumnos / Juan Manuel Manes. -- 2a edición. -- Buenos Aires : Granica, 2004.

135 p. ; 23 cm. -- (Colección cuadernos)

Bibliografía: p. 134-135.

1. Educación--Marketing 2. Administración escolar--Marketing 3. Planificación educativa 4. Marketing relacional 5. Relaciones públicas

658.9137 M22 2004

569

Martin, Diane, 1958-

Sustainable marketing / Diane Martin, John Schouten. -- Upper Saddle River, N.J. : Pearson Prentice Hall, c2012.

xvi, 247 p. : il., mapas ; 28 cm.

Glosario: p. 234-239.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Marketing ecológico--Estudio de casos I. Schouten, John.
658.91577 M26

570

Martínez Pandiani, Gustavo, 1966-

Marketing político : campañas, medios y estrategias electorales / Gustavo Martínez Pandiani. -- 3ra edición actualizada. -- Buenos Aires : Ugerman, 2004.

242 p. . il. ; 21 cm. -- (Colección marketing específico)

Bibliografía: p. 237-242.

Contenido: Principios fundamentales del marketing político -- Estrategia política: el diseño de la propuesta política -- Estrategia comunicacional: la elaboración del discurso político -- Estrategia publicitaria: la construcción de la imagen política -- Reflexiones finales sobre el sentido de la lucha política.

1. Campañas electorales--Marketing 2. Tácticas políticas 3. Partidos políticos--Marketing 4. Marketing--Argentina--Aspectos políticos
658.913247 M26 2004

571

Mediano Serrano, Lucía.

Gestión de marketing en el turismo rural / Lucía Mediano Serrano. -- Madrid : Pearson Educación, 2004.

x, 230 p. : diagrs. ; 25 cm. -- (Turismo y hostelería)

Bibliografía: p. 221-230.

1. Turismo rural--Marketing 2. Turismo--Planificación 3. Turismo--Aspectos económicos
658.913384791 M36

572

Minetti, Ana Clara.

Marketing de alimentos ecológicos / Ana Clara Minetti. -- Madrid : ESIC Editorial : Ediciones Pirámide, 2002.

271 p. : il. ; 23 cm. -- (Marketing sectorial)

Bibliografía: p. [267]-271.

1. Alimentos naturales--Marketing 2. Ecología agrícola--Europa 3. Comercio de productos agrícolas
4. Preferencias de los consumidores
658.916413 M61

573

Nanclares Fragoso, José.

Marketing y planificación para restaurantes / José Nanclares Fragoso. -- Madrid : Paraninfo : Thomson Learning, 2001.

xii, 134 p. : diagrs. ; 24 cm.

Bibliografía: p. 133-134.

Contenido: Algunas nociones de economía -- Marketing para restaurantes -- Políticas de marketing para restaurantes -- Influencia del marketing en la gestión contable -- Planificación económica para restaurantes.

1. Restaurantes--Marketing 2. Restaurantes--Administración 3. Restaurantes--Planificación
658.9164795 N22

574

Navarro García, Fernando.

Estrategias de marketing ferial / Fernando Navarro García. -- Madrid : ESIC, 2001.

317 p. : il., diagrs. ; 24 cm.

Glosario: p. [283]-290.

Bibliografía: p. [315]-317.

1. Ferias--Marketing 2. Ferias--Administración 3. Promoción de ventas

658.9138118 N29

575

Ottman, Jacquelyn A.

The new rules of green marketing : strategies, tools, and inspiration for sustainable branding / Jacquelyn A. Ottman. -- San Francisco, Cal. : Greenleaf Publishing ; Berrett-Koehler, 2011.

xx, 252 p. ; 23 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. [224]-240) e índice.

1. Marketing ecológico

658.91577 O88

576

Pino Merino, Ángel del.

El anuncio verde : marketing y comunicación medioambientales / Ángel del Pino Merino. -- Bilbao : Ediciones Deusto, 1993.

300 p. : il. ; 24 cm. -- (Expansión Deusto)

Bibliografía: p. [295]-300.

1. Marketing ecológico 2. Medio ambiente--Marketing 3. Responsabilidad social de la empresa 4. Publicidad

658.91577 P59

577

Planificación territorial y comercialización turística / J. Enrique Bigné, Diego López, dirs. -- Castelló de la Plana : Universitat Jaume I, 1999.

148 p. : il., mapas ; 24 cm. -- (Colección economía i gestió ; núm. 2)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Turismo--Marketing 2. Turismo rural 3. Turismo—España--Planificación I. Bigné, J. Enrique (José Enrique) II. López Olivares, Diego

658.913384791 P

578

Reyes Arce, Rafael.

Comunicación y mercadotecnia política / Rafael Reyes Arce, Lourdes Munch. -- México, D.F. : Limusa : Noriega, 2000.

163 p. : diagrs. ; 23 cm. -- (Colección reflexión y análisis)

Bibliografía: p. [164].

Contenido: Función social de la mercadotecnia política -- Mercadotecnia: funciones y alcances -- Mercadotecnia política -- Liderazgo y filosofía deservicio -- Organización de una campaña política.

1. Comunicación en política—Marketing 2. Campañas electorales 3. Análisis de mercado 4. Liderazgo I. Munch Galindo, Lourdes

658.913247 R47

579

Schneer, Manuel.

Marketing de servicios profesionales : construyendo la prácticaprofesional / Manuel Schneer. -- Buenos Aires : Granica, 1997.

147 p. : il. ; 25 cm.

1. Profesiones--Marketing 2. Marketing de servicios 3. Industrias de servicios 4. Marketing--Orientación profesional

658.91305553 S29

580

Serra Cantallops, Antoni.

Marketing turístico / Antoni Serra Cantallops. -- Madrid : Pirámide : ESIC, 2002.

396 p. : diagrs. ; 23 cm. -- (Marketing sectorial)

Bibliografía: p. [393]-396.

Contenido: Fundamentos: el papel del marketing en el sector turístico -- Análisis:el punto de partida de la toma de decisiones comerciales -- La gestión del marketing-mix y la planificación comercial estratégica en turismo.

1. Turismo--Marketing 2. Segmentación del mercado 3. Planificación estratégica--Marketing

658.913384791 S42

581

Steinhardt, Ricardo J. M.

Marketing bancario / Ricardo J. M. Steinhardt. -- Segunda edición. -- Buenos Aires : Ediciones Macchi, 1990.

2 v. : il., diagrs. ; 22 cm.

Incluye referencias bibliográficas (p. 365-374).

Contenido: v.1. Marketing bancario -- v.2. Estrategias, banca electrónica, círculos de calidad, costos.

1. Marketing bancario 2. Industria de servicios financieros

658.913321 S79 1990 V.1

658.913321 S79 1990 V.2

582

Torre, Francisco de la.

Administración de agencias de viajes / Torre, Francisco de la. -- México, D.F. : CECSA, 1997.

254 p. : il. ; 22 cm.

Bibliografía: p. [255].

1. Agencias de viajes--Administración 2. Turismo--Marketing 3. Turismo--México

658.9164794 T72

583

Villena Lescano, Carlos.

Marketing turístico : una guía para crecer, casos de la realidad sectorial / Carlos Villena Lescano. -- Lima : [s.n.], 2005.

284 p. : diagrs. ; 21 cm.

Bibliografía: p. [281]-284.

1. Turismo--Marketing--Estudio de casos 2. Análisis de mercado 3. Marketing

658.913384791 V67

LIBROS ELECTRÓNICOS

584

Alon, Ilan.

Franchising globally [recurso electrónico] : innovation, learning andimitation / Ilan Alon. -- New York : Palgrave Macmillan, 2010.

1 recurso electrónico (253 p.)

Libro electrónico accesible vía Web:

<http://www.palgraveconnect.com/pc/doi/10.1057/9780230289857>

1. Franquicias (Comercio minorista) 2. Comercio internacional
658.8708

585

Arellano Cueva, Rolando.

Marketing [recurso electrónico] : enfoque América Latina : el marketingcientífico aplicado a América Latina / Rolando Arellano Cueva. -- Naucalpan de Juárez, Estado de México : Pearson Educación de México,2010.

1 recurso electrónico (xiv, 423 páginas) : ilustraciones.

Libro electrónico accesible vía Web: <http://upperu.libri.mx/libro.php?libroId=58>

1. Marketing--América Latina 2. América Latina—Comercio
658.80098

586

Best, Roger J.

[Market-based management: strategies for growing customer value and profitability. Español]

Marketing estratégico [recurso electrónico] / Roger J. Best. -- 4a ed. -- Madrid : Pearson Educación, 2007.

1 recurso electrónico (xxvii, 509 páginas) : ilustraciones.

Libro electrónico accesible vía web: <http://upperu.libri.mx/libro.php?libroId=60>

1. Marketing – Administración

587

Buenas prácticas de gestión de turismo social [recurso electrónico] : experiencias iberoamericanas / por Secretaría General Iberoamericana. -- Madrid : Secretaría General Iberoamericana,2008.

1 recurso electrónico (130 p.)

Libro electrónico accesible vía web:

<http://segib.org/documentos/esp/Manual%20de%20BBPP%20Turismo%20Social.pdf>

1. Ecoturismo 2. Gestión ambiental 3. Turismo--Marketing I. Secretaría General Iberoamericana658.913384791

588

Clow, Kenneth E.

[Integrated advertising, promotion, and marketing communications. Español]

Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing [recurso electrónico] / Kenneth E. Clow, Donald Baack. -- 4a ed. -- Naucalpan de Juárez, Estado de México : Prentice Hall, 2010.

1 recurso electrónico (xvii, 454 páginas) : ilustraciones.

Libro electrónico accesible vía web: <http://upperu.libri.mx/libro.php?librold=86>

1. Comunicación en marketing 2. Publicidad I. Baack, Donald

589

Czinkota, Michael R.

[International marketing. Español]

Marketing internacional [recurso electrónico] / Michael R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainen. -- 8a ed. -- México, D. F. : Cengage Learning, 2008.

1 recurso en línea (646 páginas) : ilustraciones.

Libro electrónico accesible vía web: <http://upperu.libri.mx/libro.php?librold=243>

1. Mercado de exportación I. Ronkainen, Ilkka A.

590

Hernández Garnica, Clotilde.

Fundamentos de marketing [recurso electrónico] / Clotilde Hernández Garnica, Claudio Alfonso Maubert Viveros. -- Naucalpan de Juárez, Estado de México : Prentice Hall, 2009.

1 recurso electrónico (xiv, 490 páginas) : ilustraciones

Libro electrónico accesible vía web: <http://upperu.libri.mx/libro.php?librold=43>

1. Marketing

658.8

591

Del 1.0 al 2.0 [recurso electrónico] : claves para entender el nuevo marketing / editado por Eva Sanagustí. -- Madrid : Nuevo Marketing, 2009.

1 recurso electrónico (273 p.)

Libro electrónico accesible vía web: <http://www.box.net/shared/4rrqkcg4n>

1. Marketing 2. Marketing en Internet 3. Marketing directo I. Sanagustí, Eva

658.8

592

Electronic markets [recurso electrónico] : benefits, costs and risks/ edited by Craig Standing. -- Houndmills, Basingstoke, Hampshire ; New York : Palgrave Macmillan, 2009.

1 recurso electrónico (214 p.)

Libro electrónico accesible vía web:

<http://www.palgraveconnect.com/pc/doi/finder/10.1057/9780230274235>

1. Telemarketing 2. Marketing en Internet I. Standop, Ewald

658.872

593

Iglesias Prada, Santiago.

La empresa 2.0 [recurso electrónico] : cinco historias para triunfar con los medios sociales / por Santiago Iglesias Prada y José Manuel Más. -- Madrid : Instituto Madrileño de Desarrollo, 2010.

1 recurso electrónico (82 p.) : il. col.

Libro electrónico accesible vía web:

http://www.madridnetwork.org/Info/Documentos/AF_LIBRO_TWITTER_A4_2.pdf

1. Marketing en Internet 2. Análisis de mercado 3. Marketing--Administración--Estudio de casos I.

Manuel Más, José.

658.8

594

Kotler, Philip.

[Marketing management. Español]

Dirección de marketing [recurso electrónico] / Philip Kotler, Kevin Lane Keller. -- 12a ed. -- Naucalpan de Juárez, Estado de México : Pearson Educación de México,2006.

1 recurso electrónico (816 páginas) : ilustraciones, diagramas.

Libro electrónico accesible vía web: <http://upperu.libri.mx/libro.php?libroId=30>

1. Marketing--Administración I. Keller, Kevin Lane, 1956-

658.8

595

Kotler, Philip.

[Marketing: an introduction. Español]

Fundamentos de marketing [recurso electrónico] /Philip Kotler, Gary Armstrong ; traducción Mónica Gabriela Martínez Gay. -- 8a ed. -- Naucalpan de Juárez, Estado de México :Pearson Educación de México,2008.

1 recurso electrónico (xxxii, 522, [96] páginas) :ilustraciones

Libro electronic accessible vía web: <http://upperu.libri.mx/libro.php?libroId=42>

1. Marketing I. Armstrong, Gary (Gary M.)

658.8

596

Kotler, Philip.

Marketing [recurso electrónico] :versión para Latinoamérica /Philip Kotler, Gary Armstrong ; traducción Leticia Esther Pineda Ayala. -- 11a ed. -- Naucalpan de Juárez, Edo. de México :Pearson Educación de México,|c2007

1 recurso electrónico (1 v. en varias paginaciones) : ilustraciones.

Libro electrónico accesible vía web: <http://upperu.libri.mx/libro.php?libroId=59>

1. Marketing I. Armstrong, Gary (Gary M.)

658.8

597

Keegan, Warren J.

[Global marketing. Español]

Marketing internacional [recurso electrónico] / Warren J. Keegan, Mark C. Green. -- 5a ed. -- Naucalpan de Juárez, Estado de México : Pearson Educación de México,2009.

Libro electrónico accesible vía web: <http://upperu.libri.mx/libro.php?libroId=61>

1 recurso electrónico (xxiv, 644 páginas) : ilustraciones.

1. Marketing de exportación--Administración 2. Marketing de exportación--Administración--Estudio de casos I. Green, Mark C.,

598

Kotler, Philip.

[Marketing for hospitality & tourism. Español]

Marketing para turismo [recurso electrónico] / Philip Kotler, John Bowen, James Makens ; coautores, Ramón Rufín Moreno, Ma. Dolores Reina Paz. -- Madrid : Pearson/Prentice Hall, 2004.

1 recurso electrónico (565 páginas): ilustraciones.

Libro electrónico accesible vía web: <http://upperu.libri.mx/libro.php?libroid=63>

1. Hotelería—Marketing 2. Turismo—Marketing I. Bowen, John T., 1948- II. Makens, James C. III. Rufín Moreno, Ramón IV. Reina Paz, Mariló

599

Kotler, Philip.

Principios de marketing [recurso electrónico] / Philip Kotler, Gary Amstrong. -- 12a ed. -- Madrid ; México : Pearson Prentice Hall, 2008.

1 recurso electrónico (1 v. en varias paginaciones) : ilustraciones

Libro electrónico accesible vía web: <http://upperu.libri.mx/libro.php?libroid=81>

1. Marketing I. Armstrong, Gary M.

658.8

600

Marketing internacional de lugares y destinos [recurso electrónico] : estrategias para la atracción de clientes y negocios en Latinoamérica / Philip Kotler ... [et al.]. -- Naucalpan de Juárez, Estado de México : Pearson Educación de México, 2007.

1 recurso electrónico (xii, 380 páginas) : ilustraciones.

Libro electrónico accesible vía web: <http://upperu.libri.mx/libro.php?libroid=62>

1. Marketing de exportación 2. Marketing I. Kotler, Philip

601

Marketing y competitividad [recurso electrónico] : nuevos enfoques para nuevas realidades / coordinador Miguel Ángel Vicente ; Aldo Albarellos, [y otros diez y seis]. -- Buenos Aires : Pearson/Prentice Hall, 2009

1 recurso electrónico (771 páginas): ilustraciones

Libro electrónico accesible vía web: <http://upperu.libri.mx/libro.php?libroid=64>

1. Marketing 2. Competencia económica I. Vicente, Miguel Angel II. Albarellos, Aldo

658.8

602

Lerma Kirchner, Alejandro E.

Comercio y marketing internacional [recurso electrónico] / Alejandro Eugenio Lerma Kirchner, Enrique Márquez Castro. -- 4a ed. -- Australia : Cengage Learning, c2010.

1 recurso en línea (650 páginas) : ilustraciones.

Libro electrónico accesible vía web: <http://upperu.libri.mx/libro.php?libroid=226>

1. Mercado de exportación 2. Empresas internacionales

603

Lovelock, Christopher H.

[Services marketing: people, technology, strategy. Español]

Marketing de servicios [recurso electrónico] : personal, tecnología y estrategia / Christopher Lovelock, Jochen Wirtz. -- 6a ed. -- Naucalpan de Juárez, Estado de México : Pearson Educación de México, 2009.

1 recurso electrónico (xxii, 647 páginas): ilustraciones.

1. Marketing—Administración 2. Profesiones—Marketing 3. Industrias de servicios—Marketing 4. Servicio al cliente—Marketing I. Wirtz, Jochen

Libro electrónico accesible vía web: <http://upperu.libri.mx/libro.php?libroid=57>

603a

Piercy, Nigel.

Strategic customer management : strategizing the sales organization / Nigel F. Piercy and Nikala Lane. -- Oxford ; New York : Oxford University Press, 2009.

1 recurso electrónico (xvi, 321 p.) : ilustraciones.

Incluye referencias bibliográficas e índice.

1. Relaciones con los clientes--Administración 2. Servicio al cliente I. Lane, Nikala.

Disponible en kindle.

604

Los retos de la era digital [recurso electrónico] : informe 2009-2010 /por Federación de Asociaciones de Ilustradores Profesionales (FADIP). -- Madrid : Federación de Asociaciones de Ilustradores Profesionales, 2010.

1 recurso electrónico (84 p.)

Libro electrónico accesible vía web: <http://www.fadip.org/archivos/2010RetosDigital-Observatorio.pdf>

1. Comercio electrónico 2. Propiedad intelectual I. Federación de Asociaciones de Ilustradores Profesionales

658.84

605

Schiffman, Leon G.

[Consumer behavior. Español]

Comportamiento del consumidor [recurso electrónico] / Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk. -- 8a ed. -- Naucalpan de Juárez, Estado de México : Pearson Educación de México, 2005.

1 recurso electrónico (xxiv, 587 páginas) : ilustraciones.

Libro electrónico accesible vía web: <http://upperu.libri.mx/libro.php?libroid=17>

1. Comportamiento del consumidor 2. Investigación motivacional (Marketing) I. Kanuk, Leslie Lazar

606

Schiffman, Leon G.

[Consumer behavior. Español]

Comportamiento del consumidor [recurso electrónico] / Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk ; con la colaboración de Joseph Wisenblit. -- 10a ed. -- Naucalpan de Juárez, Estado de México : Prentice Hall, 2010.

1 recurso electrónico (518 páginas) : ilustraciones.

Libro electrónico accesible vía web: <http://upperu.libri.mx/libro.php?libroid=16>

1. Comportamiento del consumidor 2. Investigación motivacional (Marketing) I. Kanuk, Leslie Lazar II. Wisenblit, Joseph

607

Solomon, Michael R.

[Buying, having, and being. Español]

Comportamiento del consumidor [recurso electrónico] / Michael R. Solomon. -- 7a ed. -- Naucalpan de Juárez, Estado de México : Pearson Educación de México, 2008.

1 recurso electrónico (xix, 654 páginas) : ilustraciones.

Libro electrónico accesible vía web: <http://upperu.libri.mx/libro.php?libroId=15>

1. Comportamiento del consumidor

607a

Verleun, Hans.

Sales force effectiveness : what the best sales managers do to build a high performing sales force / by Hans Verleun. -- Nederland : The Academy Sales Managers, 2011.

1 recurso electrónico (88 p.)

[Disponible en kindle.](#)

PUBLICACIONES PERIÓDICAS

608

Anda news. -- Lima : Asociación Nacional de Anunciantes del Perú, 1994-
v. ; 29 cm.

Frecuencia actual: Bimestral.

1er número recibido: v.1, n° 1 (jun. 1994)-

Ultimo número recibido: v.16, n° 118 (apr. 2012)

1. Publicidad--Publicaciones periódicas 2. Marketing--Publicaciones periódicas I. Asociación Nacional de Anunciantes del Perú

Versión en línea: Anda Peru (<http://www.andaperu.org/anda-news>)

609

Business : negocios en el Perú. -- Lima : Mercado Consultora y Publicaciones, 1994.
v. ; 26 cm.

Frecuencia actual: Mensual

1er número recibido: v.1, n° 1 (oct. 1994)-

Ultimo número recibido: v 18, n° 201 (apr. 2012)

ISSN: 16057600

1. Marketing--Publicaciones periódicas 2. Negocios--Publicaciones periódicas 3. Administración--Publicaciones periódicas I. Mercado Consultora y Publicaciones

Versión en línea: Business: negocios en el Perú (<http://www.businessperu.com.pe>)

610

Caser : riesgos de mercado. -- Lima : Maximixe Consult, 1998.
v. ; 32 cm.

Frecuencia actual: Mensual.

1er número recibido: (ene, 1998)-

Ultimo número recibido: mar. 2012

1. Tema: Marketing--Publicaciones periódicas I. Grupo Maximixe (Lima)

Versión en línea: Caser (www.maximixe.com)

611

Harvard Deusto business review. -- Barcelona : Eds. Deusto, 1980-
v. : il. ; 30 cm.

Frecuencia actual: Trimestral.

1er número recibido: n° 21 (ene. 1985)-

Ultimo número recibido: n° 208 (ene. 2012)

ISSN: 0210900X

1. Administración--Publicaciones periódicas 2. Marketing--Publicaciones periódicas

612

Harvard Deusto marketing y ventas. -- Barcelona : Ediciones Deusto, 1980-
v. : il; 30 cm.

Frecuencia actual: Bimestral.

1er número recibido: n° 2 (ene. 1994)-

Ultimo número recibido: n° 108 (ene. 2012)

ISSN: 0210900X

1. Marketing--Publicaciones periódicas 2. Ventas--Publicaciones periódicas

613

Informe gerencial de marketing. -- Lima : Ipsos Apoyo Opinión y Mercado, 1988-
v. : il. ; 30 cm.

Frecuencia actual: Mensual.

1er número recibido: may. 1988-

Ultimo número recibido: ago. 2011

Otro título: IGM

Nota general: La biblioteca tiene los siguientes informes:

Estadística poblacional

Liderazgo de productos no alimenticios

Liderazgo en bienes durables

Liderazgo en productos de cuidado personal y limpieza del hogar

Hábitos y actitudes hacia la prensa escrita

Hábitos y actitudes hacia la radio y la televisión

Hábitos y actitudes hacia los medios de comunicación alternativos

Niveles socioeconómicos de la Gran Lima

Perfil del adulto joven

Perfil del ama de casa

Perfil del jefe del hogar

Perfil del niño

Perfil del usuario de redes sociales

1. Encuestas de opinión pública--Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado

614

Informe gerencial de marketing : actitudes hacia la prensa escrita. -- Lima : Ipsos Apoyo Opinión y Mercado, 1995-

v. : il. ; 30 cm.

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: may. 2000-

Ultimo número recibido: nov. 2002

Otro título: IGM

Nota general: Los informes posteriores al año 2002 consultarlos en: Informe gerencial de marketing : hábitos y actitudes hacia la prensa escrita.

1. Prensa escrita--Publicaciones periódicas 2. Encuestas de opinión pública--Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

615

Informe gerencial de marketing : actitudes hacia la radio. -- Lima : Ipsos Apoyo Opinión y Mercado, 1995-

v. : il. ; 30 cm.

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: feb. 1995-

Ultimo número recibido: feb. 2002;

Otro título: IGM

Nota general: Los estudios siguientes consultarlos en: Informe gerencial de marketing : hábitos y actitudes hacia la radio y el Informe gerencial de marketing : hábitos y actitudes hacia la radio y televisión.

1. Radiodifusión--Publicaciones periódicas 2. Encuestas de opinión pública—Publicaciones Periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

616

Informe gerencial de marketing : actitudes hacia la televisión. -- Lima : Ipsos Apoyo Opinión y Mercado, 1995-

v. : il. ; 30 cm.

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: ago. 2000-

Ultimo número recibido: ago. 2000

Otro título: IGM

Nota general: Los informes posteriores consultarlos en: Informe gerencial de marketing : hábitos y actitudes hacia la televisión y hábitos y actitudes hacia la radio y televisión.

1. Medios de comunicación--Publicaciones periódicas 2. Televisión--Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

617

Informe gerencial de marketing : actitudes hacia los medios publicitarios alternativos. --

Lima : Ipsos Apoyo Opinión y Mercado, 2000-

v. : il. ; 30 cm.

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: nov. 2003-

Ultimo número recibido: nov. 2005

Otro título: IGM

Nota general: Los números posteriores consultarlos en: Informe gerencial de marketing: hábitos y actitudes hacia los medios publicitarios alternativos.

1. Publicidad--Publicaciones periódicas 2. Encuestas de opinión pública--Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

618

Informe gerencial de marketing : estadística poblacional. -- Lima : Apoyo Opinión y Mercado, 2000-

v. : il. ; 30 cm.

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: ene. 2000-

Ultimo número recibido: ene. 2012

Otro título: IGM.

1. Población--Perú--Publicaciones periódicas 2. Demografía--Perú--Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

619

Informe gerencial de marketing : hábitos y actitudes hacia la prensa escrita. -- Lima : Ipsos Apoyo Opinión y Mercado, 2003-
v. : il. ; 30 cm.

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: 2003-

Ultimo número recibido: febrero 2012

Otro título: IGM

Nota general: Los informes anteriores consultarlos en: Informe gerencial de marketing : actitudes hacia la prensa escrita.

1. Prensa escrita--Publicaciones periódicas 2. Encuestas de opinión pública—Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

620

Informe gerencial de marketing : hábitos y actitudes hacia la radio. -- Lima : Ipsos Apoyo Opinión y Mercado, 2003-
v. : il. ; 30 cm.

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: may. 2003-

Ultimo número recibido: may. 2003

Otro título: IGM

Nota general: Los estudios anteriores consultarlos en: Informe gerencial de marketing : actitudes hacia la radio, y los números posteriores en Informe gerencial de marketing : hábitos y actitudes hacia la radio y televisión.

1. Radiodifusión--Publicaciones periódicas 2. Encuestas de opinión pública—Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

621

Informe gerencial de marketing : hábitos y actitudes hacia la radio y televisión. -- Lima : Ipsos Apoyo Opinión y Mercado, 2008-
v. : il. ; 30 cm.

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: jun. 2008-

Ultimo número recibido: jun 2010

Otro título: IGM

Nota general: Los estudios anteriores a jun. 2008 consultarlos en: Informe gerencial de marketing : hábitos y actitudes hacia la radio y en Informe gerencial de marketing : hábitos y actitudes hacia la televisión.

1. Radiodifusión--Publicaciones periódicas 2. Televisión--Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

622

Informe gerencial de marketing : hábitos y actitudes hacia la televisión. -- Lima : Ipsos Apoyo Opinión y Mercado, 2001-
v. : il. ; 30 cm.

Frecuencia actual: Anual.

1er y último fascículo: ago. 2001-

Ultimo número recibido: ago. 2007

Otro título: IGM

Nota general: Los estudios anteriores consultarlos en: Informe gerencial de marketing: actitudes hacia la televisión, y los posteriores en Informe gerencial de marketing : hábitos y actitudes hacia la radio y televisión.

1. Medios de comunicación--Publicaciones periódicas 2. Televisión--Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

623

Informe gerencial de marketing : hábitos y actitudes hacia los medios de comunicación alternativos. -- Lima : Ipsos Apoyo Opinión y Mercado, 2005-

v. : il. ; 30 cm.

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: nov. 2005-

Ultimos números recibidos: nov. 2011

Otro título: IGM

Nota general: Los números anteriores consultarlos en: Hábitos y actitudes hacia los medios publicitarios alternativos.

1. Publicidad--Publicaciones periódicas 2. Encuestas de opinión pública—Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

624

Informe gerencial de marketing : liderazgo de bienes durables. -- Lima : Apoyo Opinión y Mercado, 2008-

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: ago. 2008-

Ultimo número recibido: ago. 2011

Otro título: IGM.

Nota general: En los informes de julio 1995 a julio 2004 el informe incluye el Perfil del jefe del hogar.

1. Electrodomésticos--Encuestas--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

625

Informe gerencial de marketing : liderazgo en alimentos y bebidas. -- Lima : Apoyo Opinión y Mercado, 1996-

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: 2000.

Los informes posteriores consultarlos en: Informe gerencial de marketing : liderazgo en productos alimenticios.

1. Alimentos--Encuestas--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas 2. Bebidas--Encuestas—Lima (Perú)—Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

626

Informe gerencial de marketing : liderazgo en productos. -- Lima : Apoyo Opinión y Mercado, 1996-

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: 1996

Ultimo número recibido: 2000

Nota general: Los estudios posteriores consultarlos en: Informe gerencial de marketing : liderazgo en productos de cuidado personal y del hogar -- Informe gerencial de marketing : liderazgo en

productos alimenticios -- Informe gerencial de marketing : liderazgo de productos no alimenticios.
1. Alimentos--Encuestas--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas 2. Productos de limpieza--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas 3. Productos de tocador--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

627

Informe gerencial de marketing : liderazgo en productos alimenticios. -- Lima : Apoyo Opinión y Mercado, 1996-

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: 2001

Ultimo número recibido: 2007

Nota general: Los estudios posteriores consultarlos en Informe gerencial de marketing : liderazgo en productos comestibles.

1. Alimentos--Encuestas--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

628

Informe gerencial de marketing : liderazgo en productos comestibles. -- Lima : Apoyo Opinión y Mercado, 2008-

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: 2008-

Ultimo número recibido: abr. 2012

Otro título: IGM.

Nota general: Los estudios anteriores consultarlos en Informe gerencial de marketing : liderazgo en productos alimenticios.

1. Alimentos--Encuestas--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

629

Informe gerencial de marketing : liderazgo en productos de cuidado personal y limpieza del hogar. -- Lima : Apoyo Opinión y Mercado, 2008-

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: 2008-

Ultimo número recibido: 2011

Otro título: IGM.

1. Productos de limpieza--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas 2. Productos de tocador--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

630

Informe gerencial de marketing : liderazgo en productos no alimenticios. Lima : Apoyo Opinión y Mercado, 2001-

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: 2001

Ultimo número recibido: 2007

Nota general: Los estudios posteriores al año 2007 consultarlos en: Informe gerencial de marketing : liderazgo en productos de cuidado personal y del hogar.

1. Productos industriales--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

631

Informe gerencial de marketing : monitor publicitario. -- Lima : Ipsos Apoyo Opinión y Mercado, 2003-

v. : il. ; 30 cm.

Frecuencia actual: Trimestral.

1er número recibido: may. 2003-

Ultimo número recibido: may. 203

Otro título: IGM

Nota general: Los estudios anteriores consultarlos en Informe gerencial de marketing : awareness publicitario y los números posteriores en Informe gerencial de marketing : hábitos y actitudes hacia los medios publicitarios.

1. Campaña publicitaria--Publicaciones periódicas 2. Encuestas de opinión pública--Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

632

Informe gerencial de marketing : niveles socioeconómicos de la Gran Lima. -- Lima : Apoyo Opinión y Mercado, 1995-

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: jul. 2000-

Ultimo número recibido: jul. 2011

Otro título: IGM.

Nota general: De julio 1995 a julio 2004 el informe incluye el Perfil del jefe del hogar.

1. Hogares--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas 2. Clases sociales--Lima (Perú)--Encuestas—Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

633

Informe gerencial de marketing : perfil de la juventud. -- Lima : Apoyo Opinión y Mercado, 1995-

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: ene. 2000-

Ultimo número recibido: ene. 2000

Otro título: IGM.

Nota general: Los informes posteriores consultarlos en Informe gerencial de marketing : perfil del adulto joven.

1. Adulto joven--Encuestas--Perú--Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

634

Informe gerencial de marketing : perfil del ama de casa. -- Lima : Apoyo Opinión y Mercado, 2000-

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: sep. 2000-

Ultimo número recibido: nov. 2011

Otro título: IGM.

1. Amas de casa--Encuestas--Perú--Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

635

Informe gerencial de marketing : perfil del adolescente y el joven. -- Lima : Apoyo Opinión y Mercado, 2001-

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: mar. 2001-

Ultimo número recibido: mar. 2012

Otro título: IGM.

Nota general: Los informes anteriores consultarlos en Informe gerencial de marketing : perfil de la juventud. Este informe esta dedicado al adolescente y el joven de 13 a 20 años.

1. Adolescentes--Encuestas--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas 2. Jóvenes--Encuestas--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

636

Informe gerencial de marketing : perfil del adulto joven. -- Lima : Apoyo Opinión y Mercado, 2001-

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: mar. 2011-

Ultimo número recibido: mar. 2011

Otro título: IGM.

Nota general: Número dedicado al adolescente y el joven de 21-35 años.

1. Adolescentes--Encuestas--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas 2. Jóvenes--Encuestas--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

637

Informe gerencial de marketing : perfil del adulto mayor. -- Lima : Apoyo Opinión y Mercado, 2008-

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: oct. 2008-

Ultimo número recibido: oct. 2011;

Otro título: IGM.

1. Adulto mayor--Encuestas—Perú--Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

638

Informe gerencial de marketing : perfil del jefe del hogar. -- Lima : Ipsos Apoyo Opinión y Mercado, 2000-

v. : il. col. ; 30 cm

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: junio 2003-

Ultimo número recibido: oct. 2011;

Otro título: IGM.

Nota general: Los informes de julio 1995 a julio 2004 consultarlos en Informe gerencial de marketing : niveles socioeconómicos Gran Lima.

1. Familia--Encuestas--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas I. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

639

Informe gerencial de marketing : perfil del niño. -- Lima : Apoyo, Opinión y Mercado, 2000-

v. : il. col. ; 30 cm

Frecuencia actual: Anual.

1er número recibido: 2000-

Ultimo número recibido: sep. 2011

1. Niños--Encuestas--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas I. Ipsos, Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

641

Intermanagers. -- Lima : Codecorp C, 2005-

v. : il. ; 30 cm.

Frecuencia actual: Bimestral.

1er número recibido: v. 1, n°. 2 (sep. 2005)-

Ultimo número recibido: v. 5, n°. 3 (jun. 2009)

ISSN: 03289117

1. Marketing--Publicaciones periódicas 2. Liderazgo--Publicaciones periódicas 3. Ventas--Publicaciones periódicas I. Codecorp C

642

JMR, Journal of marketing research. – Chicago : American Marketing Association, 2008-

v. : il. ; 28 cm.

Frecuencia actual: Bimestral 2008

Frecuencia anterior: Trimestral 1964-2007

1er número recibido: v. 19, n°. 4 (nov. 1982)-

Ultimo número recibido: v. 49, n°. 2 (apr. 2012)

ISSN: 00222437

Nota general: Suscripción Ebsco. Índices acumulativos desde 1964, incluido en los volúmenes para 1965-1966

1. Análisis de mercado--Publicaciones periódicas I. American Marketing Association.

643

Journal of marketing. -- [New York] American Marketing Association, 1936-

v. : il. ; 26 cm.

Frecuencia actual: Bimensual 2008-

Frecuencia anterior: Trimestral, 1936-2007

1er número recibido: v. 30, n°. 3 (jul. 1966)-

Ultimo número recibido: v. 76, n°. 2 (mar. 2012)

ISSN: 00222429

Nota histórica de título: Formado por la unión de las revistas American marketing journal y National marketing review.

1. Marketing--Publicaciones periódicas I. American Marketing Association II. American Marketing Society III. National Association of Marketing Teachers.

Versión en línea: Journal of marketing

<http://web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=24&hid=109&sid=99b91857-ad82-4570-b1f8-21ae852491bd%40sessionmgr110&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=buh&jid=JMK>

644

Management society. – Lima : Personal & executive development, 2008-

v. : il. ; 29 cm.

Frecuencia actual: Mensual.

1er número recibido: 2008-

Ultimo número recibido: n° 28 (ago. 2011)

1. Marketing--Publicaciones periódicas 2. Negocios--Publicaciones periódicas

645

Marketing management. -- Chicago : America Marketing Publications Group, 1993-
v. ; 28 cm.

Frecuencia actual: Trimestral.

1er número de la revista: v. 5, n° 4 (winter 1997)-

Ultimo número recibido: v. 21 n° 1 (springer 2012)

ISSN: 10613846

1. Marketing--Publicaciones periódicas

Versión en línea: Marketing management (<http://web.ebscohost.com/ehost/detail?sid=b2fab132-5986-44c8-9cb5-bd7486a95275%40sessionmgr15&vid=6&hid=24&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZlJnNjb3BIPXNpdGU%3d#db=bth&jid=MMM>)

646

Marketing research : a magazine of management and applications. -- Chicago, Illinois : American Marketing Association, 1989-

v. : il. ; 30 cm.

Frecuencia actual: Cuatrimestral

1er número recibido: v. 9, n° 1 (winter 1997)-

Ultimo número recibido: v. 23, n° 4 (winter 2011)

ISSN: 10408460

1. Marketing--Publicaciones periódicas I. American Marketing Association

647

MBA : international business. -- Lima : MBA Marketing Business Administration, 1999-
v. ; 23cm.

Frecuencia actual: Bimestral.

1er número recibido: v.1, n° 1 (ene.1999)-

1. Negocios--Publicaciones periódicas 2. Economía--Publicaciones periódicas I. MBA Marketing Business Administration

648

Perfil del internauta limeño. -- Lima : Ipsos, Apoyo Opinión y Mercado, 2002-

v. : diagrs. ; 30 cm.

Frecuencia actual: Anual.

1er y último fascículo: 2002-

Ultimo número recibido: 2010

Nota general: También disponible desde la base de datos Marketing Data Plus sólo desde las computadoras de la Biblioteca UP. Solicitar acceso en sala 1 y 2.

1. Internet--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas 2. Usuarios--Encuestas--Lima (Perú)—
Publicaciones periódicas I. Ipsos, Apoyo Opinión y Mercado (Lima)

649

R.O.I. Feature navigating the commercial paper market. -- Lima : UNC Kenan-Flagler. Business School, 2010-

v. : il. col. ; 29 cm.

Frecuencia actual: Semestral.

1er número recibido: Spring 2011

1. Administración--Publicaciones periódicas 2. Marketing--Publicaciones periódicas

Versión en línea: R.O.I (<http://www.kenan-flagler.unc.edu/roi/index.cfm>).

INDICE DE AUTORES

(PERSONAS E INSTITUCIONES)

A

Aaker, David A.1, 279, 280, 317, 318, 355,
Abascal Rojas, Francisco2, 319
Abascal, Elena344
Adell, Ángel543
Adkins, Sue3
Agtmael, Antoine W. van320
Aguirre García, María Soledad121
Agustín Justribó, Antonio352
Albarellos, Aldo601
Alberdi Lang, María José499
Albrecht, Karl, 1941-193, 194
Alcaide Casado, Juan Carlos195
Alcaraz, Julián F.47
Aldrich, Douglas F.482
Alén González, María Elisa 22
Alessandra, Anthony J. 457
Alet, Josep 4, 196, 197,483
Alfaro Drake, Tomás5
Allpacca, Roy 159
Allueva, Carlos 392
Alon, Ilan 584
Alonso Coto, Manuel A. 402, 543
Alonso Rivas, Javier 321, 377
Álvarez Sánchez, José Manuel, 1979- 484
Ambrosio, Vicente 6
American Marketing Association 330, 643, 646, 642
American Marketing Society 643
Anastasi, Anne, 1908-2001 322
Anderson, Chris, 1961- 7
Anderson, Kristin, 1962- 198
Anderson, Rolph E. 199, 228
Andreasen, Alan R., 1934- 8
Andreu, Luisa 549
Andreu, M. 383
Ansary, Adel I. 451
Antoine, Jacques, 1928- 323

Apoyo, Opinión y Mercado 9
Arana de la Garza, Rafael 224
Araujo Azalde, Patricia 10, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 168, 169
Archambeau, Shellye 115
Arellano Cueva, Rolando. 585
Arellano, Rolando 11, 12, 324, 376
Ariely, Dan 325
Armstrong, Gary (Gary M.) 13, 86, 87, 88, 89, 97, 100, 101, 102, 595, 596, 599
Arnold, David, 1955- 281
Arotoma C., Sixto 14
Arranz, Juan Carlos 282
Artal Castells, Manuel 200
Arterton, F. Christopher 559
Arthur Andersen & Co. 236
Asociación Nacional de Anunciantes del Perú 608
Assael, Henry 326

B

Baack, Donald 588
Babin, Barry J. 228
Baca, Luisa 159
Baena Gracia, Verónica 15
Baena Paz, Guillermina. 544
Bajac, Héctor 220
Barlow, Janelle, 1943- 201,202
Barranco Sáiz, Francisco Javier. 545
Barreiro Fernández, Begoña, 1971- 203
Barreiro Fernández, José M. 1957- 203
Barrientos Felipa, Pedro 546
Barroso Castro, Carmen 204
Barrutia Legarreta, José María. 547
Bates, Robert 70 ,71
Beckwith, Christine Clifford, 1954- 458
Beckwith, Harry, 1949- 458, 16
Bell, Marie 528
Bellino, Ricardo R. 459
Belz, Frank-Martin 548
Benassini, Marcela 327,328
Bendle, Neil T. 339
Berc, Charles-Emmanuel 393
Berkowitz, Eric N. 77
Berman, Barry 485
Bermúdez González, Guillermo 486
Bernoff, Josh 519
Berry, Leonard L., 1942- 205,206
Bertrán, Josep, 1958- 394,395
Best, Roger J. 348, 349, 586
Bigné, J. Enrique (José Enrique) 368, 549, 577

Bilancio, Guillermo 17
Bird, Drayton 487
Bishop, Bill, 1957- 488
Bitner, Mary Jo 192
Blackwell, Roger D. 329
Blanchard, Olivier 490
Blanco Prieto, Antonio 207
Blessington, Mark 460
Bloom, Paul N. 564
Bohorquez, Kattia 380
Bonilla, Diego 491
Bort Muñoz, Miguel Á. 283
Bowen, John (John T.), 1948- 563, 565, 598
Bowersox, Donald J. 396
Bowie, Norman E., 1942- 147
Boyd, Harper W. 146
Bradley, Frank, 1942- 397
Braidot, Néstor P. 18
Brand, Claire 266
Brennan, Charles D. 461
Brown, Stanley A., 1946- 208
Bruner, Gordon C., 1954- 330
Brunetta, Hugo 209
Bruque, Sebastián 434
Burg, Bob 462
Burnett, John J. 284
Burruezo García, Juan Carlos 492
Bush, Alan J. 199
Bush, Robert P. 347
Buskirk, Richard Hobart, 1927- 270

C

Cabal Sanclemente, Jaime Alberto 19
Calderón García, Haydeé 397
Calkins, Tim 20
Calomarde, José 550
Cámara, Dionisio 83,89
Cañamero, Roberto 210
Carbajal, Luis 380
Cárdenas, Margarita 456
Cariola, Oscar 21
Casafranca, Juan Carlos 170
Cateora, Philip R. 398, 399, 400
Cathcart, Jim 457
Cave, Susan, 1949- 331
Cavero de la Peña, Ivan 551
Céspedes Sáenz, Alberto 25
Chaffey, Dave 401

Channon, Derek F. 552
Chapman, Randall G. 26
Chias, Josep 553
Chiesa de Negri, Cosimo 211
Chisnall, Peter M. 332
Chorianopoulos, Antonios 274
Churchill, Gilbert A. 27, 333
Clancy, Kevin J., 1942- 28, 29
Clow, Kenneth E. 245, 588
Cobra, Marcos, 1940- 30
Codecorp C 641
Coe, John M. 212
Cohen, William A., 1937- 31
Cole, David, 1945- 554
Collazos Cerrón, Jesús 334
Collins, Thomas L. 157,158
Comisión de Promoción del Perú. 555
Concurso de Efectividad de Marketing y Publicidad Premios Effie Perú (13° : 2008 : Lima) 136
Coney, Kenneth A. 348,349
Conley, Chip 32
Connor, Tim, 1942- 463
Cooper, M. Bixby 396
Corstjens, Judy 494
Corstjens, Marcel 494
Coughlan, Anne T. 451
Cram, Tony 213
Cron, William L., 1949- 215
Cross, Gary S. 336
Cruz Roche, Ignacio 83, 89, 451
Cuenca, Antonio 368
Cuesta, Félix 214, 402
Cutropía Fernández, Carlo 34, 35
Cyr, Donald G. 36, 64
Czinkota, Michael R. 37, 38, 403, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 589

D

Dalrymple, Douglas J. 215
D'Andrea, Guillermo 39,116
Davis, John, 1960 Feb.17- 337
Day, George S. 40, 216, 317, 318, 355
Delgado Ballester, Elena 41
Deulofeu Aymar, Joaquim 495
Dholakia, Nikhilesh 522
Dholakia, Ruby Roy 522
Díaz Morales, Antonio 410
Díez de Castro, Enrique Carlos 285, 411, 412
Díez de Castro, José Alberto, 1956- 203
Dolan, Robert J. 48

Doménech Castillo, Joan 413
Dredge, Frances 234
Dubois, Bernard, 1946- 338
Dvoskin, Roberto 44
Dwyer, F. Robert 45

E

Earle, Richard, 1932- 46
Echebarría Sáenz, Joseba A. (Joseba Aitor) 497
Ehrlich, Evelyn, 1950- 556
Eiglier, Pierre 217
Elizagarate, Victoria de. 557
Empresa Editora El Comercio (Lima) 9
Engel, James F. 329
Escobar Borreo, Ricardo 267
Escribano Ruiz, Gabriel 47
Escuela de Administración de Negocios para Graduados (Lima) 56
Escuela de Formación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales (Lima) 59
Estelami, Hooman. 558
Etzel, Michael J. 49, 50, 176
Evans, Joel R. 485

F

Facci, Carlos 218
Fanelli, Duke, 1954- 556
Farris, Paul 339
Faura, Ignasi 335
Federación de Asociaciones de Ilustradores Profesionales 604
Feely, Débora 303
Fernández Collado, Carlos 560
Fernández Fernández, Juan Carlos 412
Fernández Valínas, Ricardo 51, 52
Fernández, Arturo Nelson 219
Fernández, Pablo, 1957- 220
Ferré Trenzano, José María 53, 286, 340
Ferrell, O. C. 54, 55
Fischer Rossi, Konrad 56
Fisher, Marshall L. 498
Fiske, Neil 381
Fleming, Paul 499
Focacci, Luisa 500
Font, Xavier 549
Foro Internacional La Franquicia un Modelo de Negocio Estratégico 501
Forsyth, Patrick 57
Fox, Karen F. A., 1944- 566
Fraj Andrés, Elena 341

Franklin, Reece A. 287
Frazer-Robinson, John 221
Frazier, Gary L. 230
Frías, Dolores M. 561
Fridman, A. (Alejandro) 346
Friedenwald-Fishman, Eric, 1966- 32
Friedman, Lawrence G. 415, 416
Frost, Raymond, 1960- 453, 537
Fuentes Merino, Milagros 47
Fundación Empresa y Sociedad 58
Funk, Tom. 502
Furey, Timothy R. 415, 416

G

Gabriel i Eroles, Josep-Lluís de, 1973- 503
Gallo Carbajal, Gloria 342
García Muñoz-Nájar, Luis Alonso 288
García Zapata, Mary 138
García, Emilio 343, 504
García-Clairac, Santiago 464
García-Sordo, Juan B. 417
Gardner, David Morgan, 1936- 173
Garofalo, Gene 222, 223
Garrett, Dennis E. 173
Garrido i Pavia, Jordi 289
Gartenfeld, Marc E. 500
Garza Gorostieta, Mario de la 290
Gastañaduy Benel, Alfonso 505
Gates, Roger H., 1942- 366, 367
Geller, Lois K., 1944- 418
Gerónimo, Mijael 159
Gertler, Nat 419
Gillin, Paul 506
Gilmore, James H., 1959- 250
Ginebra, Joan 224
Giraldo Jara, Demetrio 59
Godin, Seth 60, 225
Gofman, Alex 475
Gómez, Elena (Gómez del Pozuelo) 402
González Vázquez, Encarnación 22
Goñi Avila, Niria 226
Gorchels, Linda 61, 507
Graham, John L. 400
Grande Esteban, Ildefonso 62, 63, 83, 321, 344, 345
Grant, John, 1964- 562
Gray, Douglas A. 36, 64
Green, Mark C. 424, 425, 597
Grewal, Dhruv 65

Groeneveld, Kees 508
Grupo Maximixe (Lima) 610
Guaragna, B. (Beatriz) 346
Guercio Traver, Carol 516
Guerrero Álvarez, Carlos Eduardo 227
Guiltinan, Joseph P. 66,67

H

Hair, Joseph F 104, 105, 106, 107, 199, 228, 347
Haksever, Cengiz 229
Hallberg, Garth 420
Hanson, Ward A. 509
Harmon, Paul 421
Harrell, Gilbert D. 230
Hart, Christopher W. L. 235
Hartley, Robert F., 1927- 68
Hartley, Steven William 77, 78
Hartline, Michael 54, 55
Harvey, Christine 231
Hasty, Ronald W. 510
Hawkins, Del I. 348, 349
Hayes, Bob E., 1963- 232, 233
Hayes, Jenny 234
Helsen, Kristiaan 427
Hensel, Paul J. 330
Hermida, Jorge Alfredo 350
Hernández Espallardo, Miguel 41
Hernández Garnica, Clotilde 590
Hernández Sampieri, Roberto 560
Herrera, Carlos, 1961- 171
Heskett, James L. 235
Hessan, Diane 277
Hiebeler, Robert 236
Hill, Brad, 1953- 511
Hill, Sam, 1953- 69, 291
Hirsh, Evan 456
Hoffman, K. Douglas 70, 71
Holden, Reed K. 253
Holtshouse, Dan 165
Homs, Ricardo 292, 465
Hoogerbrug, Johan 508
Horovitz, Jacques, 1947- 237, 238
Hoyer, Wayne D. 351
Huete, Luis María 116, 239
Hughes, G. David (George David) 240
Hunt, Shelby D. 72, 73

I

I. Franzmeier, Steve 273
I. Kurtz, David L. 242
I. Peter, J. Paul 27
I. Keller, Kevin Lane, 1956- 294, 295
Ibarra Valdés, David 74
Iglesias Prada, Santiago 593
Iniesta, Fernando 352
Iniesta, Isabel 75
Iniesta, Lorenzo 75
Institute for the Study of Business Markets 114
Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Lima) 613, 614, 615, 616, 617, 618, 619, 620, 621, 622, 623, 624,
625, 626, 627, 628, 629, 630, 631, 632, 633, 634, 635, 636, 637, 638, 639, 648
Isidro, S. 383
Izurieta, Roberto 559

J

Jagdish N. Sheth, Rajendra S. 43
Jain, D. (Dipak) 95, 428
Jain, Subhash C., 1942- 422
Jairo Gómez, John 268
James, Karen E. 330
Janal, Daniel S. 512
Jany Castro, José Nicolás 353
Jaworski, Bernard J. 443
Jay, Ros 241
Johansson, Johny K. 76, 423
Johnson, Eugene M. 242
Johnson, Spencer 466
Johnston, Mark W. 243, 344
Juan Vigaray, María Dolores de 307, 513

K

Kahle, Dave 467, 468
Kanuk, Leslie Lazar 378, 379, 605, 606
Kapferer, Jean-Noël 293
Kartajaya, Hermawan 90, 91
Keegan, Warren J. 424, 425, 426, 597
Keller, Kevin Lane, 1956- 82, 83, 94, 594
Kelly, Thomas B. 236
Kerin, Roger A. 77, 78
Kerr, Carol 198
Kettelman, Charles 236
Kim, W. Chan 79, 80
Kinnear, Thomas C., 1943- 354

Kiser Rodriguez, Luis 514
Kiyosaki, Robert T. 479
Klein, Naomi, 1970- 296
Klein, Thomas A. 147
Kossen, Stan, 1931- 469
Kotabe, Masaaki 37, 38, 427
Kotler, Philip 565
Kotler, Philip 81, 82, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102,
103, 131, 297, 428, 563, 564, 566, 594, 595, 596, 598, 599, 600
Kramer, Marc. 429, 515
Krieg, Peter C., 1951- 28
Kumar, V., 1957- 317 ,318 ,355
Kurtz, David L 245

L

Laage-Hellman, Jens 356
Laczniak, Eugene R 147
Lamb, Charles W 104, 105, 106, 107
Lambin, Jean-Jacques, 1933- 108, 109, 110, 111
Landa Bercebal, Francisco Javier 285
Lane, Nikala 258, 603a
Langeard, Éric 217
Laudon, Kenneth C. 516
Lawrence, Arthur. 430
Le Monnier Framis, Fernando. 567
Lederer, Christian, 1965- 291
Lee, K. C. (Kwok Cheong) 312
Lee, Nancy, 1932- 103, 131
Lehmann, Donald R 357
Lehu, Jean-Marc 246
Lenz, Vicki 266
Leone, Robert P. 318
Lerma Kirchner, Alejandro E. 431, 602
Lescano Duncan, Lucio 247
Levinson, Jay Conrad 112, 432
Lévy Mangín, Jean-Pierre 370
Levy, Alberto R. 113
Lévy, Jean-Pierre 368
Levy, Justin R. (Justin Robert) 517
Levy, Michael, 1950- 65
Lewison, Dale M. 518
Li, Charlene. 519
Lilien, Gary L., 1946- 114
Lindström, Martin, 1970- 298, 358
Liria, Eduardo. 433
Llamas, José María. 470
Lodish, Leonard M. 115
Loiácono, Daniel Domingo 219

López Altamirano, Alfredo 359
López Olivares, Diego 577
Losada Pérez, Fernando, 1964- 203
Lovelock, Christopher H 116, 117, 248, 603
Lowy, Alex 538
Lucas, George H. 55
Lumpkin, James R. 438, 439

M

MacCormac, C. W. 364
MacInnis, Deborah J. 351
Macy, Beverly. 520
Madden, Thomas J. 67
Mahé, Benoit 471
Majaro, Simon 118, 119
Makens, James C. 563, 565, 598
Malhotra, Naresh K 360, 361, 362, 363
Manera Bassa, Jaime 120
Manes, Juan Manuel. 568
Manning, Gerald L. 472
Manuel Más, José. 593
Maqueira, Juan Manuel. 434
Marconi, Joe 249
Marien, Edward J. 507
Marigold, Lys 371
Marn, Michael V. 251
Márquez Castro, Enrique 431
Marshall, Greg W. 243, 244
Martín Armario, Enrique 204
Martin Dávila, Miguel 120, 365
Martín García, Manuel, 1955- 299
Martin, Diane, 1958- 569
Martínez Pandiani, Gustavo, 1966- 570
Martínez Salinas, Eva 341
Marzorati, Osvaldo J. 521
Mateos-Aparicio Morales, Gregoria 365
Matusky, Gregory 527
Matute, Genaro (Matute Mejía) 380
Mauborgne, Renée 79, 80
Maul, Dianna, 1950- 202
Mayorga Gutiérrez, David 10, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 137, 136, 168, 169
MBA Marketing Business Administration 647
McCarthy, E. Jerome (Edmund Jerome) 129
McDaniel, Carl D. 104, 105, 106, 107, 366, 367
McDonald, Malcolm 130
McKee, Daryl O. 240
McKenzie-Mohr, Doug, 1959- 131
McLeish, Barry 132

Mediano Serrano, Lucía. 571
Mehta, Rajiv 228
Meléndez, Esperanza 60
Mercado Consultora y Publicaciones 609
Mercer, David (David Steuart) 38
Merino de Souza, Alberto 138, 139, 523
Michaelson, Gerald A. 140
Michaelson, Steven 140
Miguel Dávila, José-Angel 252
Minetti, Ana Clara 572
Miniard, Paul W. 329
Minitier, Richard 141
Miquel Peris, Salvador 110, 111, 368, 496
Miquel, María José 368
Mockler, Robert J. 500
Molano Camacho, Mauricio 478
Molero Ayala, Víctor Manuel 376
Molla Descals, Alejandro 110, 111
Moller, Claus, 1942- 201
Moncalvo, Ariel 435
Monoky, John 457
Montesinos C., Jaime 142, 143, 144
Moore, Geoffrey A., 1946- 145
Moraleda, Angel Luis. 473, 474
Morgan, Howard Lee, 1945- 115
Moskowitz, Howard R. 475
Moulinier, René, 1933- 476
Mullins, John W. 146
Münch Galindo, Lourdes 578
Murdick, Robert G. 229
Murphy, Patrick E., 1948- 147

N

Nagle, Thomas T., 1951- 253
Nanclares Fragoso, José 573
National Association of Marketing Teachers. 643
Navarro García, Fernando 574
Newell, Frederick, 1926- 524
Nonaka, Ikujiro, 1935- 76

O

O'Connell, Bill (William A.) 460
Olson, Jerry C. (Jerry Corrie), 1944- 369
Ortinu, David J. 347
Ortiz de Zárate, Álvaro 525
Ottman, Jacquelyn A. 575

P

Paczkowski, Thomas J. 148
Paliwoda, Stanley J. 437
Pancorvo Concuera, Jorge 254
Páramo Morales, Dagoberto 149
Parasuraman, A. 206
Paul, Gordon W. 66, 67
Payne, Adrian 150
Peattie, Ken 548
Pedroza Escandón, José Enrique 300
Pelton, Lou E. 438, 439
Peppers, Don 255,256
Pérez del Campo, Enrique 120, 440
Pérez Romero, Luis Alfonso 151
Perina, Rubén M. 559
Perreault, William D. 129
Peter, J. Paul 152, 369
Peters, Thomas J. 257, 301
Pfeifer, Phillip Edward, 1951- 339
Piaggio Anderson, Vanessa 139, 523
Picón Prado, Eduardo 370
Piercy, Nigel 258, 603a
Pine, B. Joseph 250
Pino Merino, Ángel del 576
Pipoli de Azambuja, Gina 23, 24, 133, 134, 135, 153, 154, 179
Plancarte, Rodrigo 259
Poe, Richard, 1958- 441
Pontificia Universidad Católica del Perú 226
Ponzoa Casado, José Manuel 264
Popcorn, Faith 371, 372
Prieto Herrera, Jorge Eliécer 260
Prieto, Mariano Alonso. 526
Pringle, Hamish 302
Puentes Calvo, Juan Francisco 442

Q

Quart, Alissa 373
Quelch, John A. 39
Quintanilla Pardo, Ismael 374

R

Raab, Steven S., 1949- 527
Raman, Ananth 498

Ramírez Plazas, Elías 149
Rangan, V. Kasturi 528
Rapp, Stan 157158
Rask, Morten 522
Rayport, Jeffrey F. 443
Reardon, James, 1965- 510
Redondo, Ignacio (Redondo Bellón) 311
Reece, Barry L. 471, 472
Regalado Pezúa, Otto 159
Reibstein, David J. 339
Reichheld, Frederick F. 261, 262
Reina Paz, Mariló 563, 598
Reinares Lara, Pedro 263, 264
Render, Barry 229
Requena Laviña, María 304
Reyes Arce, Rafael 578
Reyes Martínez, Javier 155
Reyes, Florián 265
Reynosos, Javier 116
Rica, Enrique de la 529
Rice, Craig S. 160
Ries, Al 161, 162, 163, 305, 306, 444
Ries, Laura 305, 306, 444
Rifkin, Glenn 69
Rivera Camino, Jaime 307, 376
Rivkin, Steve, 1947- 178, 386
Rnagaswamy, Arvind 114
Roberto, Ned 103
Roberts, Kevin, 1949- 308
Robinette, Scott 266
Rodríguez Estrada, Mauro 267
Rodríguez Orejuela, Héctor Augusto 41
Rodríguez Ramírez, Alonso 149
Rodríguez, M. 383
Rodríguez, Santiago (Rodríguez Michinina) 445
Roegner, Eric V. 251
Rogers, Martha, 1952- 255, 256
Rolnicki, Kenneth 446
Ronkainem, Ilkka A. 405, 403, 404, 406, 407, 408, 409, 589
Rosen, Emanuel 164
Rovira Celma, Alex 338
Rubio Navarro, Elena 477
Rudelius, William 77, 78
Rufín Moreno, Ramón 563, 598
Ruggles, Rudy L., 1966- 165
Rugman, Alan M. 436
Ruiz de Maya, Salvador 377
Russell, Roberta S. 229
Russow, Lloyd C. 454

Ruzo Sanmartín, Emilio, 1972- 203

S

Safko, Lon 530
Sainz de Vicuña Ancín, José María 166, 447
Salazar Triviño, Gilberto 478
Salén, Henrik 309
Sales Executives Club of New York 276
Sanagustí, Eva 591
Sanagustín Fernández, Eva 493
Sánchez Jiménez, Alan 531
Sánchez Yábar, Guido 167
Sandhusen, Richard 448
Sasser, W. Earl 235
Scheuing, Eberhard E. (Eberhard Eugen), 1939- 242
Schiffman, Leon G. 378, 179, 605, 606
Schmitt, Bernd H. 310
Schneer, Manuel 579
Schouten, John 569
Schultz, P. Wesley 131
Schwalb, María Matilde 10, 123, 124, 127, 168, 169, 170, 171, 172, 375
Schwartzman, Eric 506
Scott, David Meerman 532
Serna Gómez, Humberto 268
Serra Cantallops, Antoni 580
Serrano, Juan, 1963- 239
Setiawan, Iwan 90,91
Shaver, Dick 449
Sheth, Jagdish N. 43,173
Shih, Clara Chung-wai 533
Silverman, George, 1942- 450
Silverstein, Michael J. 381
Sindell, Kathleen 269
Singer, Blair 479
Singler, Charles H. 240
Sisodia, Rajendra 43
Smith, Mark S. A. 432
Solé Moro, María Luisa 382
Soler, Íñigo 239
Soler, Pere 383
Solis, Brian 534, 535
Solomon, Michael R. 174, 384, 385, 607
Spiro, Rosann L. 270
Standop, Ewald 592
Stanton, William J. 49, 50, 175, 176, 270
Steinhardt, Ricardo J. M. 581
Stephan, Kristina 488
Stern, Louis W., 1935- 451

Sterne, Jim, 1955- 536
Stone, Bob, 1918-2007 452
Strauss, Judy 453, 537
Strutton, David 439, 438
Stuart, Elnora W. 174
Suvit Maesincee, 1961- 95, 428
Swift, Ronald S. 271

T

Tanner, John F. 45
Tapscott, Don, 1947- 538
Taylor, James R. (James Ronald), 1938- 354
Taylor, James Walter, 1933- 177
Teal, Thomas, 1937- 262
Tellis, Gerard J., 1950- 311
Temporal, Paul 312
Terpstra, Vern 454
Thoenig, Jean-Claude, 1940- 293
Thompson, Marjorie, 1957- 302
Thompson, Teri 520
Ticoll, David 538
Toro, José de Jesús del, 1971- 491
Torre, Francisco de la 582
Townesley, María 539
Tracy, Brian 480
Trespalacios Gutiérrez, Juan Antonio 414, 455
Trias de Bes, Fernando, 1967- 92
Trout, Jack 161, 162, 163, 178, 386
Tschohl, John 272, 273
Tsiptsis, Konstantinos 274

U

Universidad de Deusto. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales 172
Universidad del Pacífico (Lima) 10, 23, 24, 123, 124, 125, 126, 127, 133, 134, 135, 136, 137, 153,
154, 168, 169, 170, 343
Universidad del Pacífico (Lima). Centro de Investigación 122, 128, 171, 247
Universidad del Pacífico (Lima). Facultad de Administración y Contabilidad 179
Universidad ESAN (Lima) 159, 380
Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Lima) 180

V

Van Gelder, Sicco 313
Varela Mallou, Jesús 370
Vassos, Tom 540

Vázquez Casielles, Rodolfo 414, 455
Verleun, Hans 607a
Vicente, Miguel Angel 601
Vidal i Díez, Ignas 275
Vildósola Basay, Mario 180, 181, 182
Villena Lescano, Carlos 583
Viney, David 541
Voto-Bernales, Andrés 183, 184

W

Walker, Bruce J. 49, 50, 175, 176
Walker, Orville C. 146
Webb, John R. 387
Webster, Frederick E. 185
Weilbacher, William M. 314
Weinreich, Nedra Kline 186
Weiss, Hans, 1959- 315
Werner, Klaus, 1967- 315
West, Chuck 507
Westwood, John, 1947- 187
Wheeler, Steven 456
White, Harry R. 276
Whiteley, Richard C. 277
Wiersema, Frederik D. (Frederik Derk) 278
Wilson, Aubrey 188
Wilson, Hugh, 1962- 130
Wilson, Larry, 1930- 466
Wilson, Orvel Ray 432
Wirtz, Jochen 248
Wirtz, Jochen 603
Wise, Tom, 1934- 189
Wisnblit, Joseph 606
Wolff, Jürgen 190
Wong, Ken K. 191
Wyman, John 452

Y

Yarnell, Mark, 1950- 481
Yarnell, Rene 481
Young, R. H. 364

Z

Zaltman, Gerald 388, 389
Zaltman, Lindsay H. 389
Zawada, Craig C. 251

Zeithaml, Valarie A. 192
Zikmund, William G.390, 391
Zorita Lloreda, Enrique 316
Zwarg, Flavio Arnaldo 30

INDICE DE MATERIAS

A

- Administración 444
- Administración--Aspectos sociales 534
- Administración--Publicaciones periódicas 609, 611, 649
- Administración de la producción 250
- Administración de mercadeo 60
- Administración de productos 61, 156
- Administración de productos--Programas para computadora 26
- Administración de productos--Simulación por computadoras 26
- Administración de sistemas de información--Marketing 165
- Administración de ventas 42, 199, 200, 210, 212, 216, 221, 227, 235, 240, 270, 284, 410, 430, 463, 469, 470, 473, 475, 476, 479, 539
- Administración de ventas--Estudio de casos 215, 228, 242, 243, 244
- Administración de ventas--Guía 222
- Administración de ventas--Manuales 223
- Administración de ventas--Marketing 481, 492, 518
- Administración de ventas--Planificación 231
- Administración escolar--Marketing 566, 568
- Administración hotelera 542, 563, 565
- Administración hotelera--Control de calidad 252
- Administración hotelera--Manuales 542
- Administración industrial--Estudio de casos 236
- Adolescentes--Encuestas--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas 635, 636
- Adulto joven--Encuestas--Perú--Publicaciones periódicas 633
- Adulto mayor--Encuestas--Perú--Publicaciones periódicas 637
- Agencias de viajes--Administración 582
- Alianzas estratégicas (Negocios)--Japón 356
- Alimentos--Encuestas--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas 625, 626, 627, 628
- Alimentos naturales--Marketing 572
- Almacenes al por menor 504
- Amas de casa--Encuestas--Perú--publicaciones periódicas 634
- América Latina--Comercio 585
- Análisis de mercado 5, 18, 19, 22, 27, 35, 44, 47, 52, 69, 74, 77, 87, 120, 122, 128, 146, 149, 151, 177, 181, 204, 302, 317, 318, 319, 323, 326, 332, 334, 337, 339, 340, 343, 344, 346, 347, 353, 354, 355, 357, 359, 362, 366, 367, 368, 370, 372, 380, 383, 387, 390, 391, 392, 397, 454, 536, 578, 583, 593
- Análisis de mercado--América Latina 12, 324, 327, 328, 350
- Análisis de mercado--Estados Unidos--Estudio de casos 348, 349

Análisis de mercado--Estudio de casos 327, 328, 360, 363, 390, 391, 407, 408, 409
Análisis de mercado--Japón 356
Análisis de mercado--Metodología 6, 360, 361, 363
Análisis de mercado--Metodología--América Latina 346
Análisis de mercado--Métodos estadísticos 353, 365
Análisis de mercado--Métodos estadísticos--Manuales 330
Análisis de mercado--Países en desarrollo 364, 422
Análisis de mercado--Países en desarrollo--Estudio de casos 320
Análisis de mercado--Perú 153, 154
Análisis de mercado--Problemas, ejercicios, etc. 357
Análisis de mercado--Publicaciones periódicas 642
Análisis de varianza 365
Aptitud creadora 17, 267
Aptitud creadora--Marketing 190
Aptitud creadora en los negocios--Manuales 119, 445
Armstrong, Gary. Principles of Marketing 148
Asesores de empresas 75

B

Bebidas--Encuestas--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas 625
Bienes de consumo--Marketing 494
Buscadores de Internet 511, 541

C

Calidad total 221
Cambio organizacional 421
Campaña publicitaria--Publicaciones periódicas 631
Campañas electorales 578
Campañas electorales--Marketing 543, 544, 545, 546, 559, 560, 570
Canales de comercialización 47, 74, 110, 111, 307, 350, 394, 395, 397, 410, 411, 412, 413, 414, 415, 416, 418, 423, 428, 430, 432, 438, 439, 441, 446, 447, 449, 450, 455, 456, 496, 504, 507, 513, 528, 555
Canales de comercialización--Administración 286, 396, 433, 451
Canales de comercialización--Estudio de casos 109
Canales de comercialización--Marketing 481
Capital de riesgo 429
Centros comerciales 504
Clases sociales--Lima (Perú)--Encuestas—Publicaciones periódicas 632
Comercio de productos agrícolas 572
Comercio electrónico 121, 208, 227, 246, 269, 319, 382, 493, 419, 421, 429, 435, 442, 443, 482, 483, 484, 488, 491, 500, 502, 508, 509, 511, 515, 516, 524, 529, 530, 540, 604
Comercio electrónico--Aspectos económicos 538
Comercio electrónico--España 499
Comercio electrónico--Estudio de casos 312
Comercio electrónico--Medidas de seguridad 442
Comercio electrónico móvil 522
Comercio internacional 436, 584

Comercio minorista 283, 289, 410, 447, 455, 494, 518, 523
 Comercio minorista--Administración 471, 485, 495, 498, 510, 539
 Comercio minorista--Control de calidad 495
 Comercio minorista--España--Administración 492
 Comercio minorista--Estudio de casos 510, 513
 Competencia económica 12, 53, 161, 162, 178, 259, 277, 292, 293, 350, 601
 Competencia económica--Marketing 467
 Comportamiento del consumidor 12, 27, 44, 46, 62, 63, 110, 111, 207, 217, 290, 302, 315, 321,
 322, 325, 326, 329, 331, 336, , 338, 345, 351, 358, 369, 370, 373, 374, 376, 377, 378, 379,
 382, 384, 385, 386, 389, 465, 472, 489, 534, 605, 606, 607
 Comportamiento del consumidor--América Latina 324
 Comportamiento del consumidor--América Latina--Estudio de casos 342
 Comportamiento del consumidor--Aspectos psicológicos 388
 Comportamiento del consumidor--España 341
 Comportamiento del consumidor--Estados Unidos--Estudio de casos 348, 349
 Comportamiento del consumidor--Estudio de casos 109
 Comportamiento del consumidor--Perú--Lima 172
 Comportamiento del consumidor--Previsión 371, 372
 Comportamiento organizacional 149
 Compras--Administración 492
 Comunicación en marketing 458, 588
 Comunicación en política 543, 544, 559
 Comunicación en política--Marketing 545, 578
 Consultores--Marketing--Guía 287
 Consumidores 164, 207, 319, 326, 329, 341, 369, 378, 379, 384, 385
 Consumidores--América Latina 324
 Consumidores--Aspectos psicológicos 321, 338, 374, 377
 Consumidores--Aspectos sociales 321, 338
 Consumidores--Entrevistas 476
 Consumidores--España--Estudio de casos 335
 Consumidores--Estados Unidos 336, 373
 Consumidores--Perú 11
 Consumidores--Psicología 388
 Consumo (Economía) 341, 382
 Contratos comerciales 497, 505, 521
 Control de precios 219, 226, 251, 253, 510
 Cooperativas de consumidores--España 335
 Costo y nivel de vida--Estados Unidos 381
 Cuestionarios 232, 233
 Cultura organizacional 149, 282

D

Demografía--Perú--Publicaciones periódicas 618
 Diseño de sistemas 421
 Distribución física de mercancías 289, 309, 319, 392, 396, 411, 412, 414, 430, 433, 447, 451, 455,
 494, 496, 513, 528

E

Ecología agrícola--Europa 572
Economía--Publicaciones periódicas 647
Ecoturismo 587
Editoriales--Marketing 554
Educación--Marketing 566, 568
Electrodomésticos--Encuestas--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas 624
Empresas--Innovaciones tecnológicas 516
Empresas--Redes de computadoras 533, 541
Empresas comerciales 526
Empresas industriales 505
Empresas internacionales 296, 431, 436, 602
Empresas internacionales--Administración 427
Empresas internacionales--Aspectos económicos 315
Empresas internacionales--Aspectos morales y éticos 315
Empresas internacionales--Estudio de casos 398, 399, 400
Empresas internacionales--Países en desarrollo 320
Encuestas de opinión pública--Publicaciones periódicas 613, 614, 615, 617, 619, 620, 623, 631
Estilo de vida--Perú 11
Estudio de abogados--Marketing 551
Éxito en los negocios 69, 115, 272, 298, 371, 459, 464, 480, 481, 523
Éxito en los negocios--Estudio de casos 189

F

Familia--Encuesta (Lima, Perú)--Publicaciones periódicas 638
Farmacias--Marketing--España 304
Ferias--Administración 567, 574
Ferias--Marketing 567, 574
Finanzas--Marketing--Estados Unidos 556
Franquicias (Comercio minorista) 486, 514, 525, 526, 584
Franquicias (Comercio minorista)--Aspectos económicos 505
Franquicias (Comercio minorista)--Aspectos jurídicos 497
Franquicias (Comercio minorista)--Colombia 501
Franquicias (Comercio minorista)--Estados Unidos 527
Franquicias (Comercio minorista)--Estudio de casos 505
Franquicias (Comercio minorista)--Legislación 521
Franquicias (Comercio minorista)--Legislación--Estados Unidos 527
Franquicias (Comercio minorista)--Perú--Estudio de casos 531

G

Gestión ambiental 587
Gestión del conocimiento 165
Globalización 129, 423, 427
Globalización--Marketing 394
Gobierno local--Relaciones públicas--España 557

H

Hogares--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas 632
Hotelería--Marketing 598

I

Imagen corporativa 281, 282, 296, 299, 308, 310
Industria de servicios financieros 552, 581
Industria de servicios financieros--Marketing--Estudio de casos 558
Industria farmacéutica--Marketing 561
Industria y comercio de alimentos 36
Industrias de alta tecnología--Marketing 145
Industrias de servicios 16, 30, 63, 71, 150, 205, 217, 220, 239, 248, 483, 508, 564, 579
Industrias de servicios--Administración 224, 229, 257
Industrias de servicios--Control de calidad 224, 259
Industrias de servicios--Estados Unidos--Administración 193, 194
Industrias de servicios--Estudio de casos 192, 229
Industrias de servicios--Finanzas--Estados Unidos 556
Industrias de servicios--Marketing 33, 70, 116, 117, 206, 245, 603
Industrias de servicios--Perú 254
Industrias de servicios--Perú--Marketing 182
Industrias manufactureras 265
Industrias y comercio del libro 554
Innovaciones tecnológicas 312, 371
Instituciones financieras--Marketing 556, 558
Inteligencia emocional 202, 239
Internet--Aspectos económicos 538
Internet--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas 648
Intuición 459
Investigación motivacional (Marketing) 605, 606

J

Jóvenes--Encuestas--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas 635, 636

K

Kotler, Philip. Principles of Marketing 148

L

Lealtad del consumidor 195, 196, 197, 202, 209, 211, 213, 214, 241, 246, 261, 262, 263, 269, 352,
420
Lealtad del consumidor 420
Libros--Estados Unidos--Marketing 554

Liderazgo 425, 478, 578
Liderazgo--Publicaciones periódicas 641
Logística empresarial 433, 496, 498, 528
Logística empresarial--Estudio de casos 21
Lujo 381

M

Manuales administrativos 436
Manufacturas--Marketing 152, 265
Marcas de empresas 58, 293, 296, 298, 352, 553
Marcas de empresas--Estudio de casos 138, 139, 281, 297, 315
Marcas de fábrica 156, 282, 292, 296, 299, 301, 302, 305, 308, 310, 313, 315, 352, 420, 444
Marcas de fábrica--Administración 291, 294, 295, 297
Marcas de fábrica--Estados Unidos--Marketing 281
Marcas de fábrica--Estudio de casos 288
Marcas de fábrica--Marketing 306, 312, 313, 373
Marcas de fábrica--Marketing--España 304
Marcas de fábrica--Valoración 294, 295
Marcas de fábrica--Valoración--Administración 279
Marcas de fábrica--Valoración--Estados Unidos 280
Marcas de fábrica--Valoración--Estudio de casos 291
Marcas de fábrica--Valoración--Marketing 314
Marcas de procedencia 292
Marcas de servicios--Valoración--Administración 279
Marketing 5, 13, 14, 17, 18, 25, 27, 28, 29, 32, 41, 43, 47, 49, 50, 57, 60, 65, 72, 73, 77, 78, 79, 80, 86, 87, 88, 90, 91, 96, 98, 100, 101, 102, 104, 105, 106, 107, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 118, 132, 140, 145, 146, 149, 155, 156, 158, 163, 164, 173, 174, 178, 180, 188, 215, 221, 223, 242, 245, 248, 260, 279, 282, 303, 305, 310, 317, 318, 320, 323, 333, 337, 344, 353, 355, 359, 367, 368, 369, 383, 387, 389, 390, 391, 439, 454, 456, 475, 479, 480, 583, 590, 591, 595, 596, 599, 600, 601
Marketing--Administración 1, 2, 3, 31, 34, 37, 40, 42, 44, 48, 53, 66, 67, 82, 83, 84, 85, 89, 93, 94, 95, 104, 105, 106, 107, 115, 120, 129, 130, 152, 155, 199, 181, 222, 230, 311, 428, 586, 594, 603
Marketing--Administración--Análisis de costos 160
Marketing--Administración--Estudio de casos 22, 38, 54, 55, 59, 69, 92, 190, 593
Marketing--Administración--Manuales 119
Marketing--América Latina 12, 56, 327, 328, 585
Marketing--América Latina--Administración--Estudio de Casos 39
Marketing--América Latina--Administración--Manuales 51
Marketing--América Latina--Estudio de casos 88, 97
Marketing--América Latina--Planificación--Manuales 51
Marketing--Argentina--Aspectos políticos 570
Marketing--Aspectos ambientales 548
Marketing--Aspectos morales y éticos 147
Marketing--Aspectos políticos 543
Marketing--Aspectos psicológicos 266, 342, 358, 376, 386, 388
Marketing--Aspectos sociales 60, 172, 345, 506
Marketing--España 496

Marketing--España--Aspectos políticos 545
 Marketing--Estados Unidos--Estudio de casos 68
 Marketing--Estudio de casos 37, 56, 89, 108, 157, 161, 162, 167, 171, 175, 176, 179, 189, 302, 438, 439
 Marketing--Filosofía 72
 Marketing--Guías de estudio 148
 Marketing--Innovaciones tecnológicas 7
 Marketing--Investigación 146, 183, 184
 Marketing--Japón 76
 Marketing--Manuales 75
 Marketing--Metodología 35
 Marketing--Métodos estadísticos 370
 Marketing--México--Aspectos políticos 544, 560
 Marketing--Modelos matemáticos 339
 Marketing--Orientación profesional 579
 Marketing--Perú 11, 56, 171
 Marketing--Perú--Administración 122, 142, 143, 144
 Marketing--Perú--Administración--Estudio de casos 153, 154
 Marketing--Perú--Aspectos políticos 546
 Marketing--Perú--Estadística 144
 Marketing--Perú--Estudio de casos 9, 10, 23, 24, 123, 124, 127, 133, , 134, 135, 136, 137, 138, 139, 142, 143, 144, 168, 169, 170, 183, 184
 Marketing--Planificación 2, 20, 36, 64, 69, 125, 126, 128, 130, 166, 187, 191, 372
 Marketing--Planificación--Manuales 6, 35, 177
 Marketing--Planificación--Procesamiento de datos 34
 Marketing--Preguntas y respuestas 81, 99
 Marketing--Premios--Perú 9, 10, 123, 124, 127, 133, , 134, 135, 136, 137, 168, 169, 170, 179
 Marketing--Publicaciones periódicas 608, 609, 611, 610, 612, 641, 643, 644, 645, 646, 649
 Marketing--Toma de decisiones 28
 Marketing bancario 547, 552, 581
 Marketing de alimentos 364
 Marketing de alimentos--España 304
 Marketing de exportación 600
 Marketing de exportación--Administración 597
 Marketing de exportación--Administración--Estudio de casos 597
 Marketing de servicios 16, 33, 62, 70, 116, 121, 150, 192, 206, 211, 217, 220, 247, 248, 250, 272, 564, 579
 Marketing de servicios--Brasil--Estudio de casos 30
 Marketing de servicios--Estudio de casos 117
 Marketing de servicios--Evaluación--Estudio de casos 71
 Marketing de servicios--Perú 182
 Marketing directo 4, 15, 290, 402, 418, 432, 434, 440, 445, 449, 450, 452, 487, 591
 Marketing directo--Procesamiento de datos 420
 Marketing ecológico 131, 548, 550, 562, 575, 576
 Marketing ecológico--España 341
 Marketing ecológico--Estudio de casos 562, 569
 Marketing en Internet 7, 21, 95, 269, 401, 402, 434, 435, 440, 441, 443, 444, 453, 482, 483, 484, 489, 490, 491, 493, 502, 503, 506, 508, 509, 512, 516, 517, 519, 520, 524, 529, 530, 532, 535, 536, 537, 540, 541, 559, 591, 592, 593,

Marketing en Internet--Aspectos sociales 534
Marketing en Internet--España 499
Marketing en Internet--Procesamiento de datos 488
Marketing industrial 21, 45, 121, 212, 218
Marketing industrial--Administración 185
Marketing industrial--Japón 356
Marketing industrial--Planificación 265
Marketing internacional 392, 394, 395, 397, 399, 400, 406, 407, 408, 409, 417, 422, 431
Marketing internacional--Estudio de casos 406, 422
Marketing interno 159
Marketing multinivel 481
Marketing relacional 159, 195, 196, 197, 203, 204, 209, 211, 213, 214, 225, 227, 241, 249, 255,
263, 264, 271, 275, 547, 568
Marketing social 8, 19, 46, 58, 63, 103, 121, 131, 151, 186, 374, 506
Marketing territorial 557
Medicamentos--Marketing 561
Medición por escalas (Ciencias sociales) 330
Medio ambiente--Marketing 548, 550, 576
Medios de comunicación de masas--Aspectos económicos 490, 530, 535, 536
Medios de comunicación--Publicaciones periódicas 616, 622
Mercado de exportación 300, 398, 403, 433, 448, 454, 589, 602
Mercado de exportación--Administración 427, 437
Mercado de exportación--Administración--Estudio de casos 423, 424, 426
Mercado de exportación--Estudio de casos 404, 405, 425
Mercado de exportación--Japón 76
Merchandising 283, 286, 289, 290, 307, 309, 410, 414, 494, 510, 523
Minería de datos 274
Modificación de la conducta 103, 325
Motivación del empleado 200, 210, 477

N

Negocios 539
Negocios--Publicaciones periódicas 609, 644, 647
Negocios--Redes de computadoras 511
Negocios--Sistemas de comunicación 462
Niños--Encuestas--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas 639
Nuevas empresas 419

O

Opinión pública 544
Organizaciones sin ánimo de lucro 19
Organizaciones sin ánimo de lucro--Marketing 132
Orientación profesional--Marketing 174

P

Partidos políticos--Marketing 545, 546, 570

Pensamiento creativo 388
 Pequeñas y medianas empresas 142, 143, 144, 435
 Pequeñas y medianas empresas--Administración 112, 343
 Pequeñas y medianas empresas--Finanzas 380
 Pequeñas y medianas empresas--Marketing 36, 64, 275
 Pequeñas y medianas empresas--Perú 514
 Personal de ventas 240, 242, 244, 270, 276, 457, 458, 461, 464, 466, 467, 468, 469, 470, 474, 476, 480
 Personal de ventas--Administración 200, 218, 477
 Personal de ventas--Aspectos psicológicos 477
 Personal de ventas--Capacitación 471, 478
 Personal de ventas--Entrevistas 473
 Planificación educativa 566, 568
 Planificación empresarial 115, 122, 125, 126, 128, 138, 139, 141, 340, 486, 505, 515, 552, 556
 Planificación empresarial--Argentina 189
 Planificación estratégica 13, 17, 18, 22, 27, 30, 31, 40, 45, 47, 48, 54, 55, 62, 76, 81, 83, 93, 94, 96, 120, 152, 177, 178, 187, 203, 219, 231, 243, 244, 267, 277, 294, 295, 369, 396, 424, 429, 485, 487
 Planificación estratégica--América Latina--Marketing 39
 Planificación estratégica--Marketing 2, 53, 113, 141, 580
 Planificación estratégica--Perú--Estudio de casos 122, 125, 126
 Población--Perú--Publicaciones periódicas 618
 Política de precios 47, 219, 251, 253, 492
 Posicionamiento (Publicidad) 299, 306, 386, 487
 Posicionamiento (Publicidad)--América Latina 342
 Posicionamiento (Publicidad)--Marketing 294, 295
 Precios 226
 Preferencias de los consumidores 255, 256, 345, 352, 373, 381, 572
 Premio Effie 1996-2005 9, 10
 Premios Effie Perú 123, 124, 127, 133, 134, 135, 136, 137, 168, 169, 179
 Premios Max/Effie Perú 170
 Prensa escrita--Publicaciones periódicas 614, 619
 Previsión tecnológica 371
 Procter & Gamble Company 156
 Productividad del trabajo 261, 262
 Productos de limpieza--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas 626, 629
 Productos de marca 308, 352, 381
 Productos de marca--Publicidad 178
 Productos de tocador--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas 626, 629
 Productos industriales--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas 630
 Productos nuevos 21, 79, 80, 475
 Productos nuevos--Administración 306
 Productos nuevos--Marketing 36, 61, 64, 191
 Productos nuevos--Precios 251
 Profesiones--Marketing 564, 579, 603
 Programas para computadora--Marketing 26
 Programas sociales--Marketing 63, 103, 151
 Programas sociales--Marketing--Guía 186
 Promoción de ventas 5, 42, 158, 210, 256, 283, 284, 285, 287, 290, 300, 303, 309, 311, 316, 420,

432, 440, 450, 523, 574
Promoción de ventas--Estudio de casos 157
Promoción de ventas--Planificación 307
Promoción del comercio exterior 300
Promoción del turismo 555
Pronóstico de los negocios 372
Pronóstico de ventas 276
Pronóstico de ventas--Marketing 441
Propiedad industrial 296
Propiedad intelectual 288, 482, 604
Propiedad intelectual--Valoración--Estados Unidos 280
Protección del consumidor 335, 336, 375
Protección del consumidor--Legislación--Perú 375
Proyectos de inversión--Modelos econométricos 334
Psicología aplicada--Marketing 322
Psicología industrial 119
Psicología industrial--Marketing 322
Publicidad 5, 112, 156, 158, 225, 283, 287, 298, 300, 308, 311, 316, 345, 352, 383, 452, 576, 588
Publicidad--Aspectos psicológicos 298, 322, 382
Publicidad--Perú 139
Publicidad--Premios--Perú 9, 10, 123, 124, 127, 133, 134, 135, 136, 137, 168, 169, 170, 179
Publicidad--Publicaciones periódicas 608, 617, 623
Publicidad por Internet 443, 444, 491, 499, 517, 540

Q

Quejas del consumidor 201

R

Radiodifusión--Publicaciones periódicas 615, 621
Razón social 298
Recursos humanos 116
Redes sociales 493, 534
Redes sociales--Recursos en Internet 517
Redes sociales en línea 509, 520, 533, 535
Redes sociales en línea--Aspectos económicos 519, 530, 536
Reingeniería 460
Relaciones con los clientes 4, 32, 45, 159, 182, 189, 196, 197, 198, 202, 203, 204, 209, 211, 213, 216, 225, 227, 230, 232, 233, 237, 238, 241, 247, 249, 256, 261, 262, 263, 264, 266, 268, 269, 271, 272, 275, 277, 278, 319, 418, 445, 458, 484, 491, 524, 534, 556
Relaciones con los clientes--Administración 208, 255, 258, 274, 603a
Relaciones con los clientes--Francia 393
Relaciones con los clientes--Procesamiento de datos 274
Relaciones industriales 159
Relaciones públicas 207, 222, 287, 532, 559, 568
Rentabilidad 141
Responsabilidad social de la empresa 32, 172, 550, 562, 576
Responsabilidad social de la empresa--Estudio de casos 3, 58

Restaurantes--Administración 573
Restaurantes--Marketing 573
Restaurantes--Planificación 573
Rumor público 164
Rutas comerciales 411, 412

S

Satisfacción del cliente 71, 113, 182, 192, 194, 195, 196, 197, 214, 216, 220, 227, 230, 237, 239, 246, 252, 254, 259, 261, 262, 266, 277, 314, 418, 461, 489, 558
Satisfacción del cliente--Evaluación 268
Satisfacción del cliente--Medición 232
Satisfacción del cliente--Métodos estadísticos 233
Satisfacción en el trabajo 239, 261, 262
Segmentación del mercado 7, 25, 30, 42, 52, 54, 55, 74, 79, 80, 113, 150, 256, 370, 380, 553, 580
Segmentación del mercado--Perú 11
Selección de personal 218
Selección de personal--Evaluación 210
Servicio al cliente 16, 70, 150, 192, 195, 201, 202, 204, 206, 207, 209, 214, 216, 217, 222, 229, 241, 245, 247, 248, 250, 255, 258, 260, 264, 272, 273, 278, 449, 460, 462, 483, 492, 508, 603a
Servicio al cliente--Administración 4, 116, 224, 237, 238, 257
Servicio al cliente--Administración--Estudio de casos 205, 236
Servicio al cliente--América Latina 267
Servicio al cliente--Control de calidad 224, 252, 259
Servicio al cliente--Control de calidad--Estudio de casos 236
Servicio al cliente--Estados Unidos--Administración 193, 194
Servicio al cliente--Evaluación 220, 268
Servicio al cliente--Marketing 603
Servicio al cliente--Perú--Estudio de casos 254
Servicios web 488, 500
Simulación por computadoras--Marketing 26
Sistema justo a tiempo 188
Sistemas de telecomunicación 522
Sitios Web 512, 515
Six Sigma (Norma de control de calidad) 421
Sociedad de la información--Aspectos económicos 519
Supermercados 504

T

Tácticas políticas 545, 546, 560, 570
Técnicas de ventas 160, 178, 198, 212, 218, 265, 276, 307, 309, 414, 415, 450, 452, 457, 458, 459, 460, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 468, 469, 470, 471, 472, 473, 474, 475, 476, 478, 479, 480
Técnicas de ventas--Preguntas y respuestas 461
Tecnología de alimentos--Países en desarrollo 364
Tecnología de la información 516

Tecnología de la información--Administración 502
Tecnología de la información--Aspectos económicos 538
Tecnología de la información--Procesamiento de datos 271
Telemarketing 95, 218, 428, 432, 440, 452, 484, 529, 592
Telemarketing--Francia--Guía 393
Televisión--Publicaciones periódicas 616, 619, 622
Toma de decisiones 146, 190, 321, 325, 338, 340, 384, 385
Toma de decisiones--Estudio de casos 329, 377, 378, 379
Toma de decisiones--Marketing 253
Turismo--Administración--Estudio de casos 563
Turismo--Aspectos económicos 549, 571
Turismo--España--Marketing 549
Turismo--España--Planificación 549, 577
Turismo--Marketing 549, 553, 555, 563, 565, 577, 580, 582, 587, 598
Turismo--Marketing--Estudio de casos 583
Turismo--México 582
Turismo--Perú--Marketing 555
Turismo--Planificación 553, 571
Turismo rural 577
Turismo rural--Marketing 571
Tutoría (Empresas) 471, 478

U

Usuarios--Encuestas--Lima (Perú)--Publicaciones periódicas 648

V

Ventas--Publicaciones periódicas 612, 641

W

Web 2.0 502
World Wide Web 491
World Wide Web--Aspectos económicos 538