

0. PRÓLOGO

Vivimos en un mundo cada vez más globalizado y competitivo, donde los constantes cambios en el mercado exigen a las empresas rapidez y flexibilidad en la toma de decisiones. Por este motivo, es muy importante tener un profundo conocimiento del mercado y de las herramientas comerciales para sobrevivir y triunfar.

El manual de Marketing es una guía que pretende ayudar a aquellos profesionales del marketing o personas interesadas en esta disciplina, que quieran orientar su actividad profesional y cubrir las necesidades de las empresas. Se trata de un compendio de herramientas, técnicas y consejos que orientan al profesional para ayudarle a tomar decisiones sobre productos y servicios.

Este manual de aprendizaje da una visión completa de los aspectos esenciales de la formulación de estrategias, y de los elementos considerados clave de la actividad comercial, a través de una visión teórica y práctica. Está diseñado de manera que en un inicio se describe de forma clara y sencilla en qué consiste esta disciplina; enseñando capítulo a capítulo, las herramientas y técnicas para entender el mercado objetivo y los clientes de una empresa, y para diagnosticar sus problemas y oportunidades.

Al final del temario encontraremos un ejemplo real de Plan de Marketing de una empresa, ejercicios de conceptos y técnicas y, para acabar, un esquema para la fijación de precios. Todos ellos nos ayudarán a completar la formación del dossier y a comprender el tema que nos ocupa desde una visión completa y global.