

image not found or type unknown



Investigación de mercados estratégica

Josep Maria Ferre Trenzano

Fecha de publicación:

01/11/2007

Sello Editorial:

Gestión 2000

José María Ferré Trenzano describe las herramientas de la Investigación de Mercados más útiles para disminuir el riesgo de la toma de decisiones.

Contacto de prensa

Este libro está escrito para los profesionales de la empresa que han de tomar decisiones estratégicas y operativas en el área comercial. Su público objetivo por tanto, son Directivos Generales, Directores de Marketing, Gerentes Comerciales y en general los Responsables de la Actividad Comercial de la Empresa, cualquiera que sea su tamaño y sector en el cual desarrollen su actividad.

Nombre: Alba Ríos

El libro desarrolla tres bloques de temas bien diferenciados: El primer bloque lo dedica a analizar y desmenuzar la propia toma de decisiones comerciales. En el segundo, entra a fondo en las distintas familias de tomas de decisiones comerciales. Finalmente, el tercer bloque constituye la parte central del libro y describe 22 técnicas de investigación. Para cada una de ellas, dibuja el modelo de información que aportan.

Teléfono: 93 492 86 58

Email:

arioss@planeta.es

Nombre: María José

Bertrán

Teléfono: 93 492 82 03

Email:

mjbertran@planeta.es

Josep Maria Ferre Trenzano

Presidente de FTCC (Ferré Trenzano Consulting Group) empresa especializada en Estrategia de Negocios y Marketing. Es doctor en Ciencias Económicas por la Universidad de Barcelona y experto en Marketing Internacional por las Naciones Unidas. Es profesor asociado de diversas Universidades y Escuelas de negocios de España y América Latina.