

ÍNDICE

PRÓLOGO.....	11
1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING.....	13
DESAMPARADOS LLUCH TORMOS	
1. Definición de marketing.....	13
2. Conceptos básicos en marketing.....	16
3. El marketing en la empresa.....	25
4. El plan de marketing.....	31
5. Creación de relaciones con el cliente.....	36
6. Ejercicios prácticos.....	39
7. Bibliografía.....	43
2. EL ENTORNO Y EL MERCADO	
EN LAS DECISIONES DE MARKETING.....	45
MANUELA SACO VÁZQUEZ	
1. Marketing y el entorno.....	45
2. El mercado: concepto y tipología.....	68
3. Ejercicios prácticos.....	80
4. Bibliografía.....	92
5. Webgrafía.....	93
3. LA DEMANDA COMERCIAL.....	95
MARÍA CORDENTE RODRÍGUEZ	
1. Concepto de demanda.....	95
2. Factores determinantes de la demanda.....	100
3. La estructura de la demanda.....	108

4. Función de demanda	110
5. Concepto de elasticidad.....	114
6. Previsión de la demanda.....	119
7. Ejercicios prácticos.....	130
8. Bibliografía.....	133
4. COMPORTAMIENTO DE COMPRA DEL CONSUMIDOR Y DE LAS ORGANIZACIONES.....	135
ARANCHA MIELGO ÁLVAREZ Y PALOMA SAÁ TEJA	
1. El estudio del comportamiento del consumidor en la disciplina de marketing.....	135
2. Los condicionantes externos del comportamiento del consumidor.....	142
3. Los condicionantes internos del comportamiento del consumidor.....	152
4. <i>Customer Persona-Perfil buyer</i>	158
5. El proceso de decisión de compra y sus modelos explicativos.....	161
6. Experiencia del consumidor o <i>customer experience</i>	170
7. Prácticas del tema.....	179
8. Ejercicios prácticos.....	182
9. Bibliografía.....	186
5. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	189
MIRYAM MARTÍNEZ MARTÍNEZ	
1. El sistema de información de marketing.....	189
2. Concepto, objetivos y proceso metodológico de la investigación comercial	191
3. Diseño de la investigación	193
4. Fuentes de información.....	196
5. Técnicas de recogida de información	198
6. Plan de muestreo	221
7. Tratamiento y análisis de los datos	228

8. Ejercicios prácticos.....	229
9. Bibliografía.....	235
6. SEGMENTACIÓN DE MERCADOS.....	237
GLORIA AZNAR FERNÁNDEZ-MONTESINOS	
Objetivos de este tema	237
1. Introducción	237
2. Del marketing de masas al marketing de segmentos	240
3. Criterios de segmentación.....	247
4. Objetivos de la segmentación de mercado.....	259
5. STP	261
6. Estrategias de segmentación	268
7. Ejercicios prácticos.....	271
8. Caso práctico	272
9. Bibliografía.....	275
10. Webgrafía.....	276
7. TENDENCIAS DE MARKETING	277
EDUARDO GARCÍA GÓMEZ	
1. Introducción	277
2. El ecosistema digital.....	278
3. Marketing de buscadores (SEO y SEM).....	280
4. Social Media Marketing (SMO).....	284
5. Mobile Marketing	288
6. E-Commerce	290
7. Inbound Marketing	295
8. Content Marketing	297
9. Métricas.....	300
10. Bibliografía.....	304
11. Recursos web recomendados.....	305