

INDICE

Prologo a la edición español	VII
Presentación de los casos prácticos	IX
Parte I. Marketing estratégico	
1. Perlarom, S.A.	3
2. La sociedad Landen	25
3. Zumoland, S.A.	29
4. Sociedad francesa de maquinaria neumática (SFMN)	39
5. Moldes para metales y plásticos (MMP)	47
6. Cantabra de transportes, S.A.	61
7. Lanzamiento Renault Clio en España	75
8. Chips- GB, producto blanco	101
9. Hipermercado Chagall	117
10. Viña Tondonia, S.A.	117
11. Estrategia de fusión para las cajas de ahorro del nar y del vino	133
12. Pegarrap, S.A.	145
13. Armonía de Marie Storms	153
14. La fabrica de cerveza Diekirch, S.A.	173
15. Camiones Volvo Europa	185
16. La guerra de los guantes. El problema de orientación al mercado interno o al externo	203
17. Numasa	215
Parte II. Marketing operativo	
18. Nova, S.A.	223
19. Anecoop, S. Coop	239
20. Fonfresca aguas del Moncayo, S.A. (FAMSA)	253
21. Coanbenga, S.A.	267
22. Productos Odan, S.A.	285
23. L'illa diagonal Winterthur	313
24. Sociedad Canadiense de productos químicos Hudson	327
25. La demanda del lavavajillas. El caso español	335
26. Godva Europa	353
27. Tarjetas Arson	379
28. Banco Talker	403
29. El toro de Osborne	415