

INDICE

Prefacio	XVIII
Acerca de los autores	XVIII
Primera Sección	2
Introducción a la estrategia	
1. Las perspectivas orientadas al mercado, base de la estrategias corporativas exitosas, de negocios y de marketing	4
2. Decisiones de estratégica corporativa y sus implicaciones de marketing	36
3. Estrategias de negocios y sus implicaciones de marketing	66
Secunda Sección	96
Análisis de la oportunidad	
4. Identificación de mercados atractivos	98
5. Análisis de la industria y ventajas competitiva	120
6. Como medir las oportunidades de mercado	148
7. Fijación de segmentos atractivos de mercado como objetivo	172
8. Diferenciación y posicionamiento	198
Tercera Sección	222
Formulación de Estrategias de marketing	
9. Estrategias de marketing para nuevos entrantes en el mercado	225
10. Estrategias para mercados en crecimiento	250
11. Estrategias para mercado maduros y declinantes	280
12. Estrategias de marketing para la nueva economía	318
Cuarta Sección	354
Ejecución y Control	
13. Organización y planeación para la ejecución eficaz	356
14. Medición y entrega del desempeño de marketing	388
Índice de Nombres	416
Índice	420