

INDICE

Prefacio	XXIX
Parte 1. La dirección de Marketing	2
Capítulo 1. El marketing en el siglo XXI	3
Capítulo 2. Desarrollo de estrategias y planes de marketing	35
Parte 2. Identificación de las Oportunidades de Mercado	70
Capítulo 3. Recopilación de información y análisis del entorno	71
Capítulo 4. Investigación de mercados y pronósticos de la demanda	101
Parte 3. Relación con Clientes o Consumidores	138
Capítulo 5. Creación de valor para el cliente, satisfacción y lealtad	139
Capítulo 6. Análisis de los mercados de consumo	173
Capítulo 7. Análisis de los mercados industriales	209
Capítulo 8. Identificación de segmentos y selección del segmento meta	239
Parte 4. Creación de Marcas Fuertes	272
Capítulo 9. El brand equity	273
Capítulo 10. Estrategias de posicionamiento de marcas	309
Capítulo 11. Las relaciones con la competencia	341
Parte 5. La definición de las Ofertas de Mercado	370
Capítulo 12. Desarrollo de la estrategia de producto	371
Capítulo 13. Diseño y administración de servicios	401
Capítulo 14. Desarrollo de programas y estrategias de precios	431
Parte 6. La Entrega de Valor	466
Capítulo 15. Diseño y administración de los canales de marketing y de las cadenas de valor	467
Capítulo 16. Administración de la venta minorista, de la venta mayorista y de la logística del mercado	503
Parte 7. La Comunicación del Valor	534
Capítulo 17. Diseño y administración de estrategias para la comunicación integral de marketing	535
Capítulo 18. Administración de programas de comunicación masiva: publicidad, promociones de ventas, eventos y relaciones públicas	567
Capítulo 19. Administración de programas de comunicación personal: el marketing directo y la ventas personal	603
Parte 8. La Generación de Crecimiento Rentable a Largo Plazo	632
Capítulo 20. Lanzamiento de nuevas ofertas de mercado	633
Capítulo 21. El lanzamiento de ofertas en mercado extranjero	667
Capítulo 22. La dirección de marketing holístico en la empresa	695
Apéndice A1	
Glosario G1	
Créditos de imágenes C1	
Índice I1	
Índice de compañías, marcas y organizaciones	14
Índice analítico I12	