

SUMARIO

Agradecimientos	11
Prefacio	13

PRIMERA PARTE REDEFINICIÓN DEL MARKETING PARA LA ECONOMÍA DIGITAL

1. Posicionamiento del marketing como motor de la economía digital	19
2. Formulación de una estrategia de renovación del mercado	57

SEGUNDA PARTE CREACIÓN DE PLATAFORMAS COMPETITIVAS

3. Identificación de las oportunidades de mercado	83
4. Creación de ofertas de mercado ganadoras	101
5. Diseño de la arquitectura empresarial	125
6. Desarrollo de la infraestructura y capacidades empresariales	143
7. Planificación de las actividades de marketing	167
8. Diseño de los sistemas operacionales	189
9. Obtención de ganancias y crecimiento a través de la renovación del mercado	199
Índice analítico y de nombres	217