



UNAPÉC

BIBLIOTECA FIDEL MÉNDEZ NÚÑEZ



Nuevas adquisiciones

Acércate, conoce y aprende



Redes sociales y marketing 2.0. COMM092PO

Berenguer Berenguer, J. A. (2019).

IC Editorial

Diferenciar las características del entorno 2.0, la nueva comunicación online y el impacto de las redes sociales y todas las posibilidades que nos ofrecen para proyectar la imagen/marca a través de la web social.



Principios de marketing

Juárez, F. (2018).

Editorial Universidad del Rosario

Este libro analiza los principios fundamentales del marketing, es decir, la estrategia, el plan de marketing, la tecnología, el consumidor y el mercado.



Shopper Marketing Estrategias de mercado

Krentzel, G. A. (2019).

Ediciones de la U

El Shopper Marketing es algo sumamente importante para todas las compañías, se trata de vender sus productos o servicios para generar ingresos y ganancias; ese es el tema clave del libro.



Glosario de marketing digital

Martin-Guart, R. y Botey López, J. (2020).

Editorial UOC

El contexto de la comunicación digital suele estar repleto de palabras y expresiones a menudo incomprensibles. Este pequeño manual pretende acercar al lector, sea profesional o no.



Marketing internacional para principiantes

Redondo Ramírez, M. I. Díaz Restrepo, C. A. y Ramírez Osorio, J. H. (2020).

Ecoe Ediciones

Este trabajo busca proporcionar herramientas sencillas, de fácil comprensión y aplicación, sin descuidar los elementos centrales del marketing y la evolución de esta técnica.



Marketing para emprender

Schnarch Kirberg, A. (2019).

Ediciones de la U

El marketing es la disciplina que ayuda a la identificación de las ideas, al evaluarlas y validarlas ante las verdaderas necesidades y expectativas del mercado.