

dominio del  
[marketing]

PEARSON

Prentice  
Hall

PEARSON

Educación

Windows® y Macintosh



**Fundamentos de Marketing**  
Sexta Edición  
Philip Kotler ♦ Gary Armstrong

ISBN 970-26-0400-1

© 2003 Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

**658.8**  
**K848f**  
**e.1**

## **Dominio del Marketing**

- 1. Concepto/estrategia de marketing**
- 2. Análisis del entorno**
- 3. Comprensión de la conducta del consumidor**
- 4. Comprensión de la conducta de compras industriales**
- 5. Investigación de mercado**
- 6. Segmentación, mercado meta y posicionamiento**
- 7. Estrategia de productos**
- 8. Marketing de servicios**
- 9. Desarrollo de nuevos productos**
- 10. Fijación de precios**
- 11. Distribución**
- 12. Comunicaciones de marketing integradas**