



UNAPEC

BIBLIOTECA FIDEL MÉNDEZ NÚÑEZ

Bibliografía Mercadeo



Arenal Laza, C. (2019).

Tratamiento y análisis de la información de mercados: UF1781.

Editorial Tutor Formación.

<https://elibro.net/en/lc/unapec/titulos/120383>



Aznar Santiago, J. A. (2016).

Investigación y recogida de información de mercados (UF1780).

Editorial CEP, S.L.

<https://elibro.net/en/lc/unapec/titulos/51045>



Benassini Félix, M. (2014).

Introducción a la investigación de mercados: enfoque para América Latina

(3a. ed.). Pearson Educación.

<https://elibro.net/en/lc/unapec/titulos/37973>



Berenguer Berenguer, J. A. (2019).

Redes sociales y marketing 2.0. COMM092PO.

IC Editorial.

<https://elibro.net/en/lc/unapec/titulos/124249>



UNAPEC

BIBLIOTECA FIDEL MÉNDEZ NÚÑEZ



Coll Rubio, P. (2018).
Marketing y comunicación en la nueva economía.
Editorial UOC.

<https://elibro.net/en/lc/unapec/titulos/59174>



Díaz Fernández, M. J. (2015).
Atención básica al cliente: cuaderno de ejercicios.
Editorial CEP, S.L.

<https://elibro.net/en/lc/unapec/titulos/50771>



García Fernández, M. D. S. (2013).
Tratamiento y análisis de la información de mercados.
IC Editorial.

<https://elibro.net/en/lc/unapec/titulos/44107>



González H. F. (2015).
Por qué creer en España: los siete atributos de la marca país.
Ediciones Alfara S.A.

<https://elibro.net/en/lc/unapec/titulos/52733>



UNAPEC

BIBLIOTECA FIDEL MÉNDEZ NÚÑEZ



Herrero Ortiz, J. (2014).

Monólogo de un vendedor: 5 temas de marketing integral técnico-empresarial.

Ediciones Díaz de Santos.

<https://elibro.net/en/lc/unapec/titulos/62764>

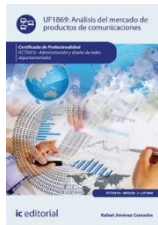


Hoyos Ballesteros, R. (2018).

Plan de marketing: con enfoque en gerencia de mercadeo.

Ecoe Ediciones.

<https://elibro.net/en/lc/unapec/titulos/126564>



Jiménez Camacho, R. (2016).

Análisis del mercado de productos de comunicaciones (UF1869).

IC Editorial.

<https://elibro.net/en/lc/unapec/titulos/44155>



Krentzel, G. A. (2019).

Shopper Marketing: estrategias de mercado.

Ediciones de la U.

<https://elibro.net/en/lc/unapec/titulos/127084>



UNAPEC

BIBLIOTECA FIDEL MÉNDEZ NÚÑEZ



Leyva, A. (2014).

Marketing en esencia: gestiona tu marca personal, profesional y empresarial.

Ediciones Granica.

<https://elibro.net/en/lc/unapec/titulos/113878>



Mejía Trejo, J. (2017).

Mercadotecnia digital: una descripción de las herramientas que apoyan la planeación estratégica de toda innovación de campaña web.

Grupo Editorial Patria.

<https://elibro.net/en/lc/unapec/titulos/40496>

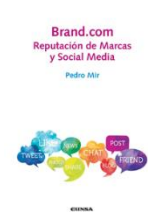


Medina Buló, I. (2009).

Fundamentos C++

(2a. ed.). Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.

<https://elibro.net/en/lc/unapec/titulos/33884>



Mir, P. (2016).

Brand.com: reputación de marcas y social media.

EUNSA.

<https://elibro.net/en/lc/unapec/titulos/47296>



UNAPEC

BIBLIOTECA FIDEL MÉNDEZ NÚÑEZ



Prieto Herrera, J. E. (2015).

Gerencia de ventas sea un animador de sus vendedores
(2a. ed.). Ecoe Ediciones.

<https://elibro.net/en/lc/unapec/titulos/70427>



Schnarch Kirgberg, A. (2016).

El marketing como estrategia de emprendimiento.
Ediciones de la U.

<https://elibro.net/en/lc/unapec/titulos/93368>



Sabater Quinto, F. (2017).

Planificación estratégica de la comunicación en redes sociales.
Editorial UOC.

<https://elibro.net/en/lc/unapec/titulos/58649>



Soria Ibáñez, M. D. M. (2017).

Marketing y promoción en el punto de venta: UF2394.
Editorial CEP, S.L.

<https://elibro.net/en/lc/unapec/titulos/51161>