

RESEÑAS

MARKETING PRÁCTICO PARA PEQUEÑOS NEGOCIOS

Una guía para todos

Autores: Mediano Serrano, Lucía; Beristain Oñederra, José Juan

Editorial Pirámide. ISBN: 978-84-368-3265-5, año 2015

Reseña realizada por la profesora Victoria de Elizagarate Gutiérrez.

Dra. en C.C. Económicas y Empresariales. Profesora Titular de Universidad

Área de Comercialización e Investigación de Mercados

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU)

El libro que se presenta aborda la difícil misión de conjugar el marco conceptual de una disciplina académica como es el Marketing, con su importancia práctica para las pequeñas empresas y negocios como fundamento de su creación, y permanencia en el mercado.

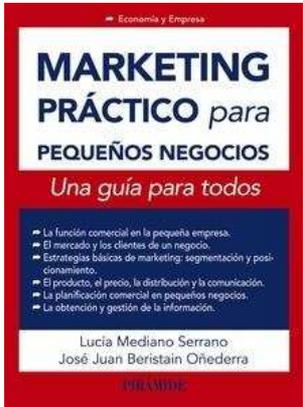
Resulta particularmente original e infrecuente, el enfoque que los autores nos trasladan en este libro, en el sentido de proponer una doble perspectiva a tener en cuenta cuando se escribe sobre Marketing, la teoría y la práctica, aspecto no siempre considerado por los libros publicados bajo esta temática. Bajo este enfoque, los autores destinan la primera parte del libro a exponer los conceptos y técnicas de Marketing con una visión rigurosa y asentada sobre los pilares que la investigación científica de esta disciplina académica viene desarrollando desde el pasado S.XX en el área de la economía de empresa.

Exponen los elementos que la empresa debe considerar en su reflexión estratégica a largo plazo, y en los pilares del denominado Marketing operativo y la perspectiva táctica. Estas son las claves para que también los pequeños negocios desarrollen un Plan de Marketing como guía de sus actuaciones, que se expone en el último capítulo del libro.

**RESEÑA: MARKETING PRÁCTICO PARA PEQUEÑOS NEGOCIOS
MEDIANO SERRANO, LUCÍA; BERISTAIN OÑEDERRA, JOSÉ JUAN. PIRÁMIDE 2015**

Desde el enfoque práctico que se ha dado a esta publicación, hay que destacar que cada capítulo finaliza con un apartado destinado a cuestiones y preguntas para reflexionar sobre los conceptos expuestos. En una disciplina de estas características, tan importante como tener en cuenta un riguroso marco teórico, es necesario explicitar la forma de poder transitar a la realidad particular de cada negocio, y así, adaptar esta técnica de gestión empresarial a nuestro contexto.

Los autores han logrado con mucho éxito esta simbiosis, que es fruto de su larga experiencia como profesores e investigadores del Área de Comercialización e Investigación de mercados de la Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea.

	<p>MARKETING PRÁCTICO PARA PEQUEÑOS NEGOCIOS Una guía para todos</p> <p>Autores: Mediano Serrano, Lucía; Beristain Oñederra, José Juan</p> <p>Editorial: Pirámide ISBN: 978-84-368-3265-5 Fecha de la edición: 2015 Edición N°: 1</p>
--	--