01/09/2009

ECONOMIST&JURIST

Redacción

El automarketing: o de cómo sacarse partido a uno mismo.

Grandes multinacionales confían a sus departamentos de Marketing un elevado porcentaje de sus presupuestos anuales con el fin de obtener una mayor rentabilidad ya que es uno de los grandes pilares con el que cuentan para progresar en el futuro. El Marketing ha traspasado la exclusividad de las multinacionales y ha llegado a las PYMES convirtiéndose en una necesidad común de las organizaciones y demostrando que gracias a él se pueden conseguir los objetivos y resultados fijados.
El Marketing que las empresas aplican a sus productos y servicios es como generalmente conocemos se utiliza; servirse de él para alcanzar objetivos empresariales es habitual; servirse de él para lograr propósitos personales comienza a ser una práctica frecuente que aporta beneficios y mejora la imagen global de las personas: aumenta y favorece el potencial personal de las mismas. El Marketing para personas es excepcional ya que normalmente esta disciplina se utiliza en productos y no es una práctica extendida emp
...

SUSCRÍBETE > para una conversión completa a PDF |