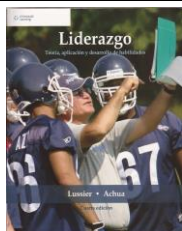


Comercialización y Ventas 2

Guía bibliográfica

Secuencia de lectura sugerida

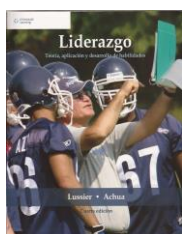
Unidad 1 Liderazgo



Lussier, Roberto N. (2011). Liderazgo. Teoría, aplicación y desarrollo de habilidades (4) Cengage Learning.

1 Cap. 1 -¿Quién es un líder?

Leído	Tiempo de lectura	Resumido	Mapeo conceptual



Lussier, Roberto N. (2011). Liderazgo. Teoría, aplicación y desarrollo de habilidades (4) Cengage Learning.

2 Cap. 4 -Influencia: poder, política, creación de redes y negociación

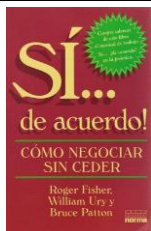
Leído	Tiempo de lectura	Resumido	Mapeo conceptual

[Ver Contenido en línea](#)

[Realizar Autoevaluación](#)



Unidad 1 Negociación



Fisher, Roger (1993). Sí... de acuerdo!. Cómo negociar sin ceder (2 da) Grupo Editorial Norma.

0 Cap. 1 -No negocie con base en las posiciones Libro Completo

Leído	Tiempo de lectura	Resumido	Mapeo conceptual

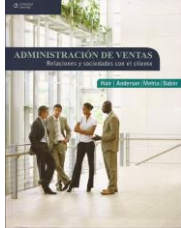


[Ver contenido en línea](#)

[Realizar Autoevaluación](#)



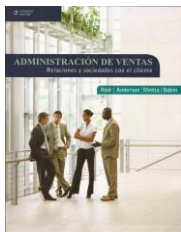
Unidad 2 Administración de ventas



Hair, Joseph F. (2010). Administración de ventas. Relaciones y sociedades con el cliente (1) Cengage Learning.

3 Cap. 4 -El proceso de ventas

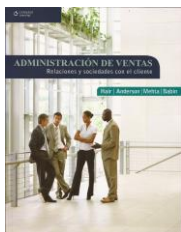
Leído	Tiempo de lectura	Resumido	Mapeo conceptual



Hair, Joseph F. (2010). Administración de ventas. Relaciones y sociedades con el cliente (1) Cengage Learning.

4 Cap. 5 -Elaboración de pronósticos y presupuestos de ventas

Leído	Tiempo de lectura	Resumido	Mapeo conceptual



Hair, Joseph F. (2010). Administración de ventas. Relaciones y sociedades con el cliente (1) Cengage Learning.

5 Cap. 6 -Planeación y organización de la fuerza de venta

Leído	Tiempo de lectura	Resumido	Mapeo conceptual

[Realizar Autoevaluación](#)



Unidad 3 Comunicación Integral de Marca



Lambin, Jean Jacques (2009). Dirección de Marketing. Gestión Estratégica y Operativa del Mercado (2da ed.) Mc Graw Hill.

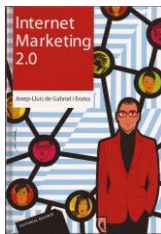
1 Cap. 16 -Decisiones de comunicación

Leído	Tiempo de lectura	Resumido	Mapeo conceptual



[Ver contenido en línea](#)

Unidad 4 Marketing digital



Gabriel i Eroles, Josep-Lluís (2010). Internet marketing 2.0. Captar y retener clientes en la red (1) Reverté.

1 Cap. 3 -Internet cambia las reglas del juego

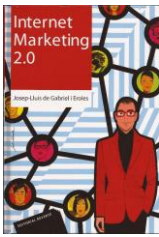
Leído	Tiempo de lectura	Resumido	Mapeo conceptual



Fox, Vanessa (2012). Marketing de la era de google. Tu estrategia en internet es tu estrategia comercial (1) Anaya.

2 Cap. 6 -Implementar una estrategia de buscadores efectiva

Leído	Tiempo de lectura	Resumido	Mapeo conceptual



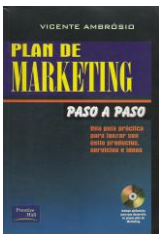
Gabriel i Eroles, Josep-Lluís (2010). Internet marketing 2.0. Captar y retener clientes en la red (1) Reverté.

3 Cap. 5 -Publicidad on-line

Leído	Tiempo de lectura	Resumido	Mapeo conceptual



Unidad 5 Plan de marketing en la práctica



Ambrósio, Vicente (2000). Plan de marketing paso a paso. Una guía práctica para lanzar con éxito productos servicios e ideas (1a Ed.) Prentice Hall.

1 Cap. 1 -Introducción. Completo

Leído	Tiempo de lectura	Resumido	Mapeo conceptual



[Ver contenido en línea](#)

Hemos llegado al final del curso!!!