

ÍNDICE

Capítulo 1	
FUNDAMENTOS DEL MERCADEO DE SERVICIOS DE INFORMACIÓN	11
Capítulo 2	
EL AMBIENTE DEL MERCADEO DE SERVICIOS DE INFORMACIÓN	21
Capítulo 3	
EL AMBIENTE DE LAS UNIDADES DE INFORMACIÓN PARA EL MERCADEO	31
Capítulo 4	
MISIÓN DE LAS UNIDADES DE INFORMACIÓN	41
Capítulo 5	
POSICIONAMIENTO DE LAS UNIDADES DE INFORMACIÓN	51
Capítulo 6	
SEGMENTACIÓN DEL MERCADEO DE SERVICIOS DE INFORMACIÓN	59
Capítulo 7	
MEZCLA DEL MERCADEO DE SERVICIOS DE INFORMACIÓN	69
Capítulo 8	
LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN	81
Capítulo 9	
CALIDAD	103
Capítulo 10	
TECNOLOGÍA	123
Capítulo 11	
GESTIÓN DE PERSONAL	131
Capítulo 12	
COSTOS	147
Capítulo 13	
COMUNICACIONES	169
Capítulo 14	
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	197
Capítulo 15	
PLAN DE MERCADEO DE SERVICIOS DE INFORMACIÓN	227