

elEconomista.es



Marketing de acción

Juan Carlos Alcaide

LID editorial
176 páginas
19,90 euros

El autor

■ Juan Carlos Alcaide es licenciado en Sociología, diplomado en Recursos Humanos y máster en Marketing. Tiene una experiencia de más de veinte años en proyectos de consultoría de marketing, servicio al cliente y fidelización en más de cien compañías de diferentes sectores. Es director de Marketing de Servicios (MdS) y colabora como profesor con ESIC y el CEU.