

Introducción

El contenido de este libro **6** / ¿Cómo se estructura este libro? **7** / ¿A quién va dirigido este libro? **8**

1. La estructura del mercado de moda

Los sectores del mercado de moda **10** / Los niveles del mercado de moda **13** /
Las ciudades y las ferias comerciales de moda **19**

2. El juego de herramientas del marketing

¿Qué es el marketing? **26** / Definiciones de marketing **26** / El marketing mix **34** /
El marketing mix en la actualidad **44** / La estrategia de marketing **50**

3. La investigación y la planificación

La investigación de marketing **62** / El estudio de mercado **74** /
La planificación y la estrategia **97**

4. El conocimiento del cliente

La segmentación de mercado **105** / La creación del perfil de cliente **123**

5. Introducción al branding

La definición de marca **128** / El objetivo del branding **134** / El desarrollo y la gestión de la identidad de marca **137** / La estrategia y la administración de marca **151**

6. La promoción de moda

El mix promocional **158** / La publicidad de moda **161** / La promoción de ventas **173** /
Las relaciones públicas y la publicidad gratuita en moda **185**

7. Las carreras profesionales en el marketing de moda

Las aptitudes profesionales **193** / Las opciones profesionales **195** /
Consejos para solicitar trabajo **205**

... Bibliografía adicional **212** / Notas de referencia **213** / Publicaciones y revistas del sector **214** / Direcciones de interés **214** / Recursos adicionales **215** / Glosario **218** / Índice de nombres y materias **221** / Créditos de las fotografías **224** / Agradecimientos **224**