

La Industria

EL GRAN DIARIO DEL NORTE

Página A7 Martes 10/6/2008

Gente & Empresas

Nueva publicación de Marketing

Marketing del Marketing es un sugestivo título que Roger Pingo Jara, Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales y Negocios de la Universidad Particular de Chiclayo (FACEN UDCH) ha puesto a esta nueva publicación cuya donde rompe los esquemas de un libro clásico sobre marketing, pues en vez de dirigir el enfoque hacia el poder del marketing para vender algo, lo enfoca al mismo sujeto es decir el marketing, mostrando cómo opera en la vida cotidiana, en los negocios, en las transacciones y en general en todo nuestro accionar.

Este libro está compuesto por artículos y temas de diversa índole, cuya virtud es que cada uno de ellos tiene un contenido propio que permite pueda ser leído aislado del resto del libro, o dentro del conjunto del mismo, sin perder la ilación de los temas.

Diría que es un libro dirigido en primer lugar a uno mismo, pero ese yo proyectado al mundo y a las muchas circunstancias frente a las que nos pone el diario accionar, de modo que no podemos concebir el mundo sino como una red vasta de relaciones y comunicaciones donde gana quien mejor entiende el marketing que finalmente no es otra cosa que ganar satisfaciendo a los demás. El libro está dividido en tres partes: la primera habla del mundo del marketing en general, la se-

gunda del marketing de las personas y negocios y la tercera sobre el marketing y la tecnología, manifestada a través de Internet como el vehículo común de las comunicaciones en la era de la globalización. Dedicar una parte al blog de su creación "marketingyexito.com" donde recoge hechos y testimonios que muestran al marketing más que como un concepto, como una persona más que interviene por doquier vendiendo su idea fundamental: el cliente, aquél sin el cual no hay demanda, no hay empresa, no hay ganancia, mostrando cómo el poder del marketing es de por sí un motor de relaciones y de progreso.

En síntesis es un esfuerzo sui géneris, original, a veces de apariencia caótico, pero en el fondo una línea de pensamiento donde el protagonista es el lector y su capacidad de sacar provecho a las propuestas de Roger Pingo, quien actúa como un catalizador de las buenas ideas, de las experiencias y del conocimiento que deben ser asimilados por cada uno de nosotros a través de una lectura, amena, incursiva que insta a la reflexión.

El libro está dirigido a los jóvenes, a los senior del marketing y en general a toda persona que tenga la mente abierta al fascinante mundo de las relaciones humanas y comerciales que se sintetizan en la palabra Marketing.