

Alice M. Tybout  
Tim Calkins  
ORGANIZADORES

DEPARTAMENTO DE MARKETING DA  
**KELLOGG**  
SCHOOL OF MANAGEMENT

# BRANDING

## GESTÃO DE MARCAS

saraiva **uni**

PHILIP  
**KOTLER**  
PRÉ-FÁCIO

# Resumo de Branding. Kellogg. Gestão de Marcas

Quando executivos e profissionais de marketing desejam saber o que há de mais moderno na área, recorrem à Kellogg School of Management. Durante anos, a escola tem estabelecido padrões, combinando pesquisa de ponta com conhecimento prático, sendo considerada um dos melhores MBA's do mundo pela BusinessWeek.

Branding tem como fio condutor a crença comum no poder das marcas e traz a experiência tanto de acadêmicos quanto de construtores de marcas de vários setores. Apresenta uma valiosa conversa com várias vozes e visões sobre os desafios dos gerentes de marcas, os principais conceitos, o posicionamento e design de marcas e as estratégias para construir, comunicar e alavancar marcas.

Este livro mostra que branding é muito mais que incorporar um nome a uma oferta. Branding significa prometer aos clientes a entrega de uma experiência satisfatória e de um ótimo nível de desempenho.

E, para isso, requer envolvimento de todos os profissionais da cadeia de suprimentos — desde o desenvolvimento de produto, passando por fabricação, marketing, vendas, distribuição — e muito esforço para cumprir a promessa.

Para apoiar os leitores na criação e gestão de marcas, os autores desta obra oferecem modelos, listas de verificação e outras ferramentas úteis para todos os que compartilham a fascinação pelo tema.

E nas palavras de Kotler: “A marca passa a ser a inteira plataforma para o planejamento, o projeto e a entrega de valor superior aos clientes que a empresa visará”.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)