

André Giovanini Antas  
Carlos Eduardo Rodrigues  
Carlos Elias do Prado  
Edmir Kuazaqui  
Mário Henrique de Miranda  
Roberto Kanaane  
Tércio Vitor Lima  
Walter Eclache da Silva

**AUTORES**

Perfil do Profissional de Marketing  
*Open Innovation e Design Thinking*  
*Aplicações do Balanced Scorecard*  
Tecnologias Aplicadas (CRM, SIM e BI)  
Marketing Digital

# **CURSO DE MARKETING**

## **CENÁRIOS, ESTRATÉGIAS E FERRAMENTAS**

ROBERTO KANAANE  
CARLOS EDUARDO RODRIGUES  
**ORGANIZADORES**

# Resumo de Curso de Marketing. Cenários, Estratégias e Ferramentas

O desafio dos profissionais de marketing da atualidade é possuir conhecimento e habilidades para contornar culturas empresariais que impactam na implantação de ferramentas de gestão e ações de marketing com propostas inovadoras.

Este livro possibilita a compreensão das tendências vigentes no âmbito do marketing enquanto abordagem estratégica no contexto empresarial. Curso de marketing reúne de maneira sistemática elementos associados ao cenário atual e tem como âncora o modelo brasileiro e global de mercado, subsidiando profissionais de marketing quanto aos conceitos e premissas contemporâneas em administração de marketing.

Ao final de cada capítulo, a obra oferece ao leitor questões e estudos de caso para melhor aproveitamento do tema estudado. O conteúdo apresentado concebe o planejamento em marketing sob as perspectivas de cenários, estratégias e ferramentas, destacando as tecnologias aplicadas e sinalizando a relevância da inteligência de mercado nas empresas.

Livro-texto para as disciplinas Administração de Marketing, Estratégia Empresarial, Gestão de Criatividade e Inovação, Gestão de Comunicação, Gestão de Marketing, Marketing Estratégico, Planejamento em Marketing, Gestão de Mercados e Ciência do Consumo Aplicada.

Leitura complementar para disciplinas como Tecnologia Aplicada ao Marketing, Inteligência de Mercado, Comportamento do Consumidor e Criatividade e Inovação.

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