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

gen | atlas

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 a s 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