Coleção Profissional 2

FERNANDO ROBERTO SANTINI
NÉLSON LUDOVICO (ORG.)

Gestão de marketing

O plano de marketing como orientador das decisões

Editora Saraiva

Resumo de Gestão de Marketing

O marketing é fundamental para o sucesso de um produto, mas como garantir que o que foi planejado aconteça? A resposta está em uma boa gestão, que vai desde a idealização do projeto até a distribuição.

Além de considerar os aspectos básicos do marketing, que são produto, preço, promoção e praça, a gestão de marketing traça a estratégia do plano e deve levar em conta o comportamento do consumidor, a segmentação, a pesquisa e a informação de mercado.

De forma clara e objetiva Gestão de marketing: o plano de marketing como orientador das decisões faz uma análise profunda do marketing nas organizações, sejam elas privadas, públicas ou sem fins lucrativos, apresentando o plano de marketing como orientador das decisões. A obra está dividida em cinco partes que tratam os seguintes temas: o papel do marketing, o processo de marketing, identificação dos clientes e de suas necessidades e desejos, decisões do plano de marketing, o modelo de plano de marketing, as fórmulas matemáticas mais usadas na área, além de apresentar, na íntegra, a Lei nº 5.768, que rege as ações de promoção de vendas no Brasil.

Acesse aqui a versão completa deste livro