



SÉRIE MARKETING

Gestão e desenvolvimento de produtos e marcas

3ª edição

Resumo de Gestão e Desenvolvimento de Produtos e Marcas

Este livro tem por objetivo apresentar os conceitos fundamentais para o sucesso no gerenciamento de produtos, o primeiro "P" do composto de marketing. A premissa dos autores é a de que o êxito de um gerente de produtos passa não só pelo conhecimento das teorias de marketing, mas pela capacidade de apreender o mundo à sua volta - aspectos econômicos, políticos, jurídicos, tecnológicos, sociais, demográficos - e seus impactos sobre a organização, seus concorrentes e, principalmente, seu mercado consumidor.

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