

FRANCISCO ALBERTO MADIA DE SOUZA

UNDE LIVRO DO
ETINGO O GRAN
O GRANDE LI
E LIVRO DO M
MARKETING

 M. BOOKS

Resumo de O Grande Livro Do Marketing

O texto descreve o Marketing através de 11 Gerações histórica e cronologicamente, detalhando sua criação, aplicação, utilização e a evolução desde 1837, nos EUA, com a Procter E Gamble, até os dias de hoje.

O GRANDE LIVRO DO MARKETING, além de garantir aos seus leitores as informações mais relevantes e atuais sobre as melhores práticas do marketing, possibilita o entendimento pleno de sua essencial e definitiva importância.

O livro é enriquecido por cases práticos, histórica e cronologicamente apresentados. Com este livro, profissionais, executivos e estudantes de graduação e MBAs poderão aprender como o Marketing começou, desde os idos de 1837 nos EUA, com a Procter E Gamble, e sua evolução até os dias de hoje, no Brasil.

Através do detalhamento das 11 Gerações, os conceitos e as ferramentas do Marketing vão sendo apresentadas proporcionando conhecimento e competências práticas para utilização acadêmica e profissional. Um livro definitivo para o Marketing no Brasil.

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