

Marcos Felipe Magalhães | Rafael Sampaio

PLANEJAMENTO DE MARKETING



CONHECER, DECIDIR E AGIR
do estratégico ao operacional



Site com material de apoio para professores e alunos

Resumo de Planejamento de Marketing

A amplitude e a complexidade de um planejamento de marketing estão diretamente relacionadas aos objetivos da empresa e à fundamentação teórica do planejador. O objetivo deste livro é preparar o leitor para montar um plano fortemente estratégico - de modo a integrá-lo com as metas empresariais - e ao mesmo tempo instrumental, orientando as ações operacionais necessárias para se chegar ao objetivo final de uma empresa: resultados perenes, nas dimensões econômicas e sociais.

Este livro mostra como utilizar a inovadora ferramenta Matriz do Marketing, desenvolvida pelos autores, para estruturar um planejamento de marketing completo e detalhado, sem esquecer as métricas de avaliação de resultados que justificam os investimentos.

Escrito para atender às necessidades de empresários, executivos, profissionais de marketing e de estudantes de pós-graduação e MBA, Planejamento de marketing contém também toda a teoria de marketing necessária para cursos de graduação.

Marcos Felipe Magalhães é mestre em administração pela PUC-RJ, doutorando em engenharia de produção e graduado em administração e economia. Foi executivo por 20 anos em marketing, tendo sido diretor geral de refrigerantes da Coca-Cola Brasil.

Ex-presidente da Associação Brasileira de Anunciantes (ABA) e ex-vice-presidente da World Federation of Advertisers (WFA), é professor da Fundação Dom Cabral e desde 1991 atua como consultor de empresas inovadoras de base tecnológica.

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