

Naresh
MALHOTRA
(ORG.)

PLANOS **DE MARKETING**

UM GUIA PRÁTICO

HO YIN WONG
KYLIE RADEL
ROSHNEE RAMSARAN-FOWSAR

 **Editora
Saraiva**

Resumo de Planos de Marketing. Um Guia Prático

Consumidores cada vez mais exigentes, em conjunto com as mudanças no ambiente de negócios global, exigem que os profissionais de marketing sejam altamente sensíveis às tendências de mercado e capazes de identificar as mais recentes oportunidades e ameaças de marketing num estágio inicial.

Nesse novo contexto, foco e direção são essenciais para crescer e obter lucratividade, assim, mais do que nunca, é fundamental estabelecer um plano de marketing bem trabalhado em todas as suas etapas: análise do ambiente, planejamento, execução, controle e acompanhamento dos resultados.

Com o auxílio deste livro, que propõe uma abordagem objetiva e voltada para a prática, você vai realizar uma profunda análise de sua condição atual; compreender melhor seus mercados-alvo; estabelecer objetivos de marketing realistas, mensuráveis e oportunos; desenvolver uma série de estratégias de marketing e garantir que tenha considerado mecanismos de implementação e de controle eficientes.

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