



K. Douglas Hoffman, John E. G. Bateson,
Ana Akemi Ikeda e Marcos Cortez Campomar

Princípios de Marketing de **SERVIÇOS**



tradução da 1ª edição norte-americana

Resumo de Princípios de Marketing de Serviços. Conceitos, Estratégias e Casos

O mundo dos negócios exige, além do conhecimento tradicional de negócios, o aprimoramento da competência do profissional para satisfazer o cliente, a qualidade do serviço e do atendimento oferecidos, habilidades essenciais para sustentação da base de clientes existente.

O objetivo principal de 'Princípios de Marketing de Serviços' é oferecer textos que não somente apresentem ao estudante a área de marketing de serviços, mas também o familiarizem com problemas específicos de serviços ao cliente.

A obra traz exemplos de empresas, além de um capítulo especial sobre o marketing de serviços no Brasil. Ao final do livro são apresentados 12 casos nacionais, com problemas para aplicação de técnicas, modelos, processos e teorias abordados no texto.

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