

Entender as necessidades e desejos dos clientes | Projetar uma estratégia de marketing focada no cliente | Construir um mix de marketing integrado | Criar relacionamentos lucrativos com os clientes | Criar valor para o cliente | Entender as necessidades e desejos dos clientes | Projetar uma estratégia de marketing focada no cliente | Construir um mix de marketing integrado | Criar relacionamentos lucrativos com os clientes | Criar valor para o cliente | Entender as necessidades e desejos dos clientes | Projetar uma estratégia de marketing focada no cliente | Construir um mix de marketing integrado | Criar relacionamentos lucrativos com os clientes | **Capturar valor dos clientes** | Entender as necessidades e desejos dos clientes | Projetar uma estratégia de marketing focada no cliente | Construir um mix de marketing integrado | Criar relacionamentos lucrativos com os clientes | **Criar valor para o cliente** | Entender as necessidades e desejos dos clientes | Projetar uma estratégia de marketing focada no cliente | Construir um mix de marketing integrado | Criar relacionamentos lucrativos com os clientes | **Capturar valor dos clientes** | Entender as necessidades e desejos dos clientes | Projetar uma estratégia de marketing focada no cliente | Construir um mix de marketing integrado | Criar relacionamentos lucrativos com os clientes | **Criar valor para o cliente** | Entender as necessidades e desejos dos clientes | Projetar uma estratégia de marketing focada no cliente | Construir um mix de marketing integrado | Criar relacionamentos lucrativos com os clientes | **Capturar valor dos clientes** | Entender as necessidades e desejos dos clientes | Projetar uma estratégia de marketing focada no cliente | Construir um mix de marketing integrado | Criar relacionamentos lucrativos com os clientes | Criar valor para o cliente | Entender as necessidades e desejos dos clientes | Projetar uma estratégia de marketing focada no cliente | Construir um mix de marketing integrado | Criar relacionamentos lucrativos com os clientes | **Capturar valor dos clientes** | Entender as necessidades e desejos dos clientes | Projetar uma estratégia de marketing focada no cliente | Construir um mix de marketing integrado | Criar relacionamentos lucrativos com os clientes | Criar valor para o cliente | Entender as necessidades e desejos dos clientes | Projetar uma estratégia de marketing focada no cliente | Construir um mix de marketing integrado | Criar relacionamentos lucrativos com os clientes | **Capturar valor dos clientes** | Entender as necessidades e desejos dos clientes | Projetar uma estratégia de marketing focada no cliente

Philip Kotler
Gary Armstrong

Princípios de Marketing

12ª ed.



Resumo de Princípios de Marketing

"Utilizado por milhões de leitores em todo o mundo, Princípios de marketing é uma obra consagrada, e esta nova edição - que tem como objetivo apresentar, de maneira prática e agradável, o mundo do marketing moderno - reafirma essa posição de referência.

Alinhado com o que há de mais inovador, este livro trata o marketing como uma filosofia que orienta a organização e direciona seus esforços tanto para a criação de valor para o cliente quanto para a captação de valor para a empresa.

Baseado em um quadro conceitual de valor e relacionamento com o cliente, que traduz a essência do marketing atual, ele discute temas como construção e gerenciamento de marcas fortes e criadoras de valor, administração do retorno das ações para capturar valor em troca, domínio de novas tecnologias de marketing e marketing socialmente responsável.

Como complemento aos assuntos abordados, a seção "Panorama brasileiro" apresenta casos novos e atuais, aproximando a teoria apresentada à nossa realidade. Além disso, esta edição possui um Companion Website com material adicional muito útil para professores e alunos.

Indicada como livro-texto para cursos de administração, economia, marketing, publicidade e finanças, a obra é essencial para todos os profissionais que desejam uma posição de liderança em empresas e mercados."

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