

PUBLICIDADE

Comunicação,
Aspectos Visuais e Estratégias

 **Érico | Saraiva**



Resumo de Publicidade. Comunicação, Aspectos Visuais e Estratégias de Mercado

Apresenta a importância da comunicação de mercado, verbal e não verbal, realizada por intermédio de suas principais mídias (merchandising e vitrinismo), para divulgação de mensagens publicitárias de produtos, marcas e empresas, com objetivo de geração de negócios junto ao público-alvo.

Aborda as estratégias de marketing e a análise de mercado para desenvolvimento de produtos. Comenta a administração de vendas, o marketing de relacionamento e o comportamento dos vendedores em feiras e eventos de exposição de produtos.

Analisa ainda aspectos como o recrutamento e a seleção de vendedores, a avaliação de desempenho, a remuneração e a supervisão. O conteúdo pode ser aplicado para os cursos técnicos em Administração, Cooperativismo, Logística, Marketing, Modelagem de Vestuário, Produção de Moda, Qualidade, Vestuário, entre outros.

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