



SÉRIE GESTÃO EMPRESARIAL

Marketing

Resumo de Marketing

A fidelidade à marca tem sido substituída por preferência, levando o consumidor a decidir, no ponto de venda e no momento da compra, a marca e o produto que irá comprar, levando em conta o preço e um pacote de atributos e serviços acoplados ao produto.

Esse novo ambiente dos negócios demanda um novo perfil de empresa e, principalmente, uma abordagem diferenciada dos profissionais de marketing. Face a essas novas demandas, os autores deste livro buscaram estruturá-lo de forma a facilitar o entendimento dos conceitos básicos de marketing, mas procurando evidenciar as novas tendências na sua gestão.

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