

Índice

Prefácio	ix
Introdução	1
 1. ^a Parte	
1. Conceitos Fundamentais	7
2. <i>Marketing</i> Estratégico	21
3. <i>Marketing</i> Operacional — Gestão do <i>Mix</i> do <i>Marketing</i>	57
4. Síntese do Processo de <i>Marketing</i>	71
 2. ^a Parte	
5. <i>Marketing</i> de Serviços	77
6. <i>Marketing</i> Interno	115
7. Plano de <i>Marketing</i>	125
Casos Práticos	139
Caso VW TSI	141
Caso StockMarket	153
Conclusão	159
Bibliografia	161