



#título: Gestão de marcas no contexto brasileiro
#autor: Francisco Antonio Serralvo (organizador)
#editora: Saraiva

#sinopse

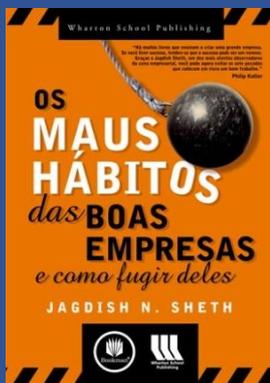
A falta de identidade é a principal causa mortis de marcas. A construção desse atributo é uma tarefa que poucos conseguem realizar com sucesso. Neste livro, os autores desenvolvem um excelente trabalho sobre os processos de construção de marcas com um repertório consistente de experiências bem-sucedidas e casos reais.



#título: Inovação: repensando as organizações
#autor: Deise Bautzer
#editora: Atlas

#sinopse

Este livro destaca a forma de repensar as organizações no que tange ao ambiente, às tecnologias aplicadas, às ferramentas de capital intelectual, ao mapeamento de mercado e às estratégias de comunicação. O objetivo da obra é fornecer propostas práticas para a implantação de uma gestão inovadora competente. .



#título: Os maus hábitos das boas empresas e como fugir deles
#autor: Jagdish N. Sheth
#editora: Bookman

#sinopse

Professor de marketing e palestrante requisitado, Jagdish N. Sheth avalia nesse livro as razões que levam boas empresas ao fracasso. O autor mergulhou na história de empresas que um dia foram grandes para constatar que sete são os principais hábitos autodestrutivos que podem nocautear uma organização.



#título: Os segredos das empresas mais queridas
#autores: Rajendra S. Sisodia, Jagdish N. Sheth e David B. Wolfe
#editora: Bookman

#sinopse

Os autores mostram nesta obra que as empresas que fazem o bem ao mesmo tempo em que fazem bem os seus produtos / serviços conquistam cada vez mais espaço com os consumidores. Este é um texto sobre liderança e sobre a cultura que os líderes das empresas mais queridas nutrem e desenvolvem.