



Flávio Resende
flaviorende@gmail.com

LIVROS

Administração de Marketing chega à 14ª edição

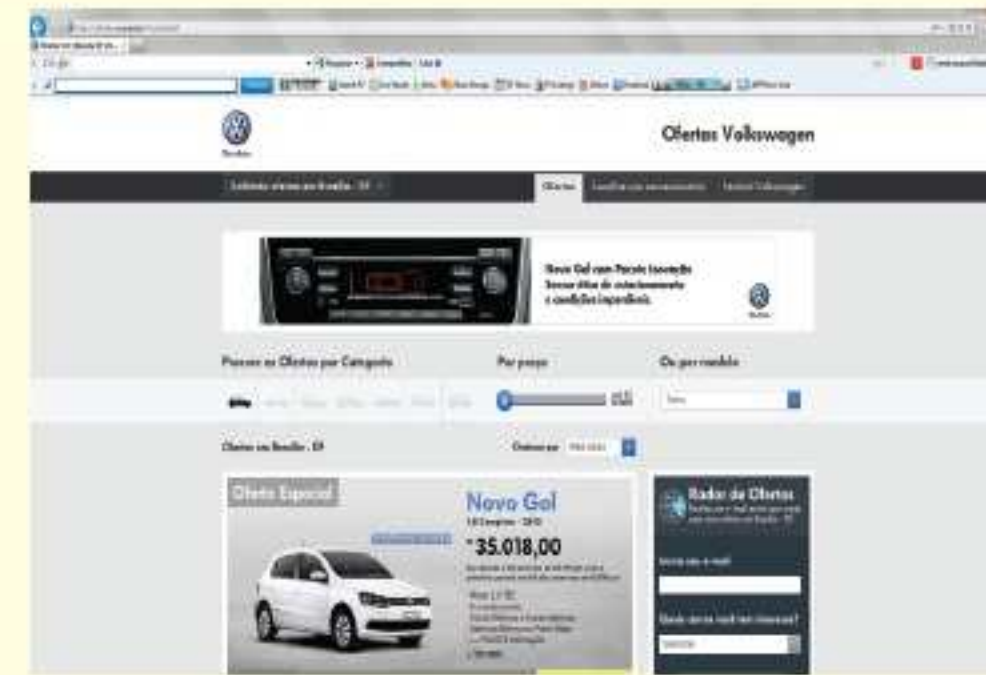
Chega às livrarias de todo o Brasil este mês a obra considerada uma das mais lidas por diferentes gerações de estudantes de *Marketing*: *Administração de Marketing* (Pearson), de Philip Kotler e Kevin Lane Keller, que chega à 14ª edição com novas situações reais de empresas brasileiras, que relacionam a experiência do mercado aos conceitos apresentados no livro, a partir das seções "Perspectiva brasileira" e "Panorama brasileiro". O uso de diferentes ferramentas de comunicação para evitar conflitos de imagem pode ser estudado, por exemplo, com o caso "Vamos fazer juntos?", que explora uma das campanhas de comunicação desenvolvidas no Brasil durante as incorporações de instituições bancárias iniciadas em 2009. A criação de *brand equity* por meio da emoção e dos valores culturais também é apresentada no estudo da mudança na estratégia de *branding* das sandálias Havaianas. Questões econômicas, ambientais e tecnológicas que impactaram o segmento de *marketing* nos últimos anos são abordadas nesta edição em novas subseções, com ênfase no *marketing* em tempos de crises econômicas e recessões, no avanço da sustentabilidade e do *marketing* "verde" e no desenvolvimento crescente do poder da informática, da Internet e dos telefones celulares. Estudos de Excelência de *Marketing*, que destacam soluções inovadoras realizadas por organizações líderes em seus mercados, também são novidades. A atuação dos revisores técnicos permite a associação dos conceitos de *marketing* mais disseminados no mundo à realidade brasileira. Nesta edição, contribuíram: Edson Crescitelli, professor da FEA/USP (Faculdade de Economia e Administração, da Universidade de São Paulo) e diretor acadêmico de pós-graduação da ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing); Iná Futino Barreto, mestre e doutoranda pela FEA/USP e professora da FIA/USP (Fundação Instituto de Administração) e FECAP (Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado); e a coordenadora de casos brasileiros Ana Akemi Ikeda, professora de Marketing da FEA/USP e coordenadora do MBA marketing da FIA, que também escreveu outros casos brasileiros para esta edição. "O livro é referência tanto para estudantes de graduação de cursos de Administração e Marketing, pós-graduação e MBAs, como para profissionais que já atuam nas áreas de marketing e comunicação", afirma Crescitelli. Na sala virtual do livro (sv.pearson.com.br), professores e estudantes têm acesso a diversos materiais adicionais, que facilitam tanto a exposição das aulas como o processo de aprendizagem.



A publicação é considerada uma das obras mais lidas por diferentes gerações de estudantes de Marketing

MARKETING & NEGÓCIOS

MARKETING & NEGÓCIOS



AUTOMÓVEIS

VW lança site de ofertas

A Volkswagen do Brasil acaba de colocar no ar seu novo site de ofertas (www.vw.com.br/ofertas), estreitando ainda mais o relacionamento da marca com os clientes, que no ano passado registraram média mensal de 500 mil acessos ao endereço eletrônico da empresa. Mais interativo e intuitivo, ele está mais moderno, com layout arrojado que segue os padrões da matriz, na Alemanha, e com maior área útil, melhorando a visualização de fotos dos veículos e ferramentas exclusivas. O novo site de ofertas traz um conteúdo abrangente e com um volume ainda maior de informações e argumentos de vendas, estimulando o cliente a conhecer

www.vw.com.br/ofertas

O novo site de ofertas traz um conteúdo abrangente e com um volume ainda maior de informações

os produtos da marca, comparar modelos e preços, obter informações sobre a rede de concessionários por meio de mapa interativo, buscar detalhes de produtos como fotos, vídeos e fichas técnicas, matérias que foram publicadas na mídia sobre os modelos, além de enviar uma intenção de compra para um veículo que o consumidor tenha interesse em adquirir. Para o supervisor de Marketing de Comunicação da Volkswagen do Brasil, Fábio Souza, "além de mostrar inovação na comunicação dos produtos, o novo site de ofertas desempenha um papel importante na aproximação do cliente com a Volkswagen e com a rede de concessionários". O site também tem como intuito manter o cliente sempre informado sobre todas as promoções da Volkswagen e, para isso, conta com o "Radar de Ofertas". Caso o internauta busque uma promoção que não esteja disponível na página em determinado momento, esta ferramenta permite que ele se cadastre e receba um aviso por e-mail informando que a oferta já está no ar. Além disso, no novo site é possível que o cliente busque, inclusive, as promoções de acordo com sua região, confira os locais e datas de realização do Festival Volkswagen (Feirão) e compartilhe com seus amigos e familiares esses conteúdos pelas redes sociais - Twitter e Facebook.

EDUCAÇÃO

Ibmec/DF em nova sede

O Ibmec/DF está de casa nova. A instituição passou a ocupar, desde o dia 18 de fevereiro, um espaço no Shopping ID, no Setor Comercial Norte, Qd 06, Ed. Venâncio 3000, 2º SS. A nova sede, mais ampla e melhor localizada, reflete o investimento que o Grupo Ibmec vem fazendo na praça, atendendo a um mercado em amplo crescimento e com necessidades de qualificação. Além de uma infraestrutura mais espaçosa, as novas instalações também contam com salas multimídia, laboratório de informática, biblioteca com acesso à rede wireless e áreas de convivência que vão garantir mais conforto e comodidade para alunos, professores e funcionários. "Mudamos para uma área privilegiada, estamos no centro nervoso da capital federal. Brasília é uma das cidades que mais cresce no Brasil e identificamos a necessidade de qualificação de gestores, um gestor que conheça a realidade do Distrito Federal e possa ter ferramental técnico de qualidade para atender a essas demandas do mercado. Nosso foco é na formação dos gestores locais", avalia o diretor executivo, Luiz Teixeira. A nova estrutura vem acompanhada de uma série de mudanças e melhorias que o Ibmec planejou e vem trazendo para Brasília, com ensino focado na pós-graduação, ampliação do leque de cursos, parceria com empresas e órgãos públicos para a oferta de cursos com programas personalizados. Além dos cursos de curta duração, com carga horária de 16 a 30 horas, voltados para atender necessidades específicas de qualificação, como o *Business Game*, Raciocínio Lógico e Gestão de Comunicação em Projetos.

Shopping ID abriga as novas instalações da instituição de ensino



BEBIDAS

Duff chega ao DF e Goiás

A cerveja Duff acaba de chegar ao mercado do Distrito Federal e Goiás e já pode ser encontrada nos principais bares, pubs e empórios das duas regiões. "Sempre tivemos certeza de que a marca é forte, mas a aceitação e a vibração quando a trouxemos para o Brasil nos surpreendeu bastante. Ao lançarmos em São Paulo, a euforia foi nacional. Recebíamos contatos de pessoas do país inteiro perguntando quando venderíamos em suas cidades. E só tínhamos uma coisa a dizer a todos: estamos chegando", afirma Bruno Scaravelli, um dos sócios da empresa. As vendas varejistas no Centro-Oeste cresceram 3,3%, entre junho e agosto deste ano, segundo dados do Boletim do Banco Central. O cenário atrativo tem chamado a atenção das grandes marcas para a região. O primeiro estado a comercializar a Duff foi São Paulo e hoje a marca já está no Rio Grande do Sul, Paraná, Santa Catarina, Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais e agora em Goiás, mais o Distrito Federal. O próximo foco da marca é a região Nordeste. Para quem não conhece, a Duff é uma cerveja especial, rica em puro malte, feita com uma mescla de lúpulos importados, cheia de personalidade. Em pouco tempo de comercialização, já está entre as cervejas especiais mais vendidas de seu segmento.



O próximo foco da marca é conquistar a Região Nordeste