

Mercator Xxi Teoria E Pratica Do Marketing

When people should go to the books stores, search instigation by shop, shelf by shelf, it is really problematic. This is why we present the ebook compilations in this website. It will definitely ease you to see guide **Mercator Xxi Teoria E Pratica Do Marketing** as you such as.

By searching the title, publisher, or authors of guide you in reality want, you can discover them rapidly. In the house, workplace, or perhaps in your method can be every best area within net connections. If you seek to download and install the Mercator Xxi Teoria E Pratica Do Marketing , it is no question easy then, back currently we extend the join to purchase and make bargains to download and install Mercator Xxi Teoria E Pratica Do Marketing correspondingly simple!

Múltipla - 1998

Navigating Digital Communication and Challenges for Organizations - Andrade, José Gabriel 2022-04-15

Public involvement has the power to promote an active circulation of media content and can generate economic and cultural value for organizations. The current perspectives on interactions between audiences, organizations, and content production suggests a relational logic between audiences and media through new productivity proposals. In this sense, it is interesting to observe the reasoning of audience experience through the concepts of interactivity and participation. However, there is a gap between the intentions of communication professionals and their organizations and the effective circulation and content retention among the audiences of interest, as well as the distinction between informing and communicating. *Navigating Digital Communication and Challenges for Organizations* discusses communication research with a focus on organizational communication that includes a range of methods, strategies, and viewpoints on digital communication. Covering a range of topics such as internal communication and public relations, this reference work is ideal for researchers, academicians, policymakers, business owners, practitioners, instructors, and students.

Neutrosophic Computing and Machine Learning (NCML): An International Book Series in Information Science and Engineering. Volume 10/2019 - Florentin Smarandache 2019-12-01

"Neutrosophic Computing and Machine Learning" (NCML) has been created for publications of advanced studies in neutrosophy, neutrosophic set, neutrosophic logic, neutrosophic probability, neutrosophic statistics, neutrosophic approaches to machine learning etc. and their applications in any field. "Neutrosophic Computing and Machine Learning" (NCML) ha sido creada para publicaciones de estudios avanzados en neutrosofía, conjunto neutrosófico, lógica neutrosófica, probabilidad neutrosófica, estadística neutrosófica, enfoques neutrosó-ficos para el aprendizaje automático, etc. y sus aplicaciones en cual-quier campo. Contributors to current issue (listed in papers' order): Martín González González, Barbarita Mitjans Moreno, Yanerkis Díaz Ozuna, Lisbert Roig Marín, Bárbara Cecilia Pando Abascal, Armando M. Pí Crespo, Miriam Miranda Valdés, Malien Pí Miranda, Eloína Núñez López, Luís Alfonso Massón Hernández, Osvey Pérez Álvarez, Eloína Núñez López, Luis Alfonso Massón Hernández, Freddy E. Torres Cordero, Elizabeth de la C. Torres Rodríguez, José Manuel Chile Labrador, Daylen de los Reyes Valdés, Neily González Benítez, Wellington Isaac Maliza Cruz, Ángel Israel Veloz González, Francisco José Cedeño Moran, María Patricia Marcillo Sánchez, Lugio David Roman Barrezueta, Christian Nahum Martillo Avilés, Milton Alexander Villegas Alava, María Patricia Marcillo Sánchez, Susana Paola Carrillo Vera, Lugio David Roman Barrezueta, Xavier Garaicoa Ortiz.

O Gênero na Propaganda - Simone de Araújo 2022-03-16

Esta obra analisa e compara a presença de estereótipos de gênero na publicidade televisiva, verificando itens como o uso de estereótipos, a natureza do anúncio, categoria do produto, apelo publicitário, voz off, entre outros. Durante muito tempo, os estereótipos do homem dominador e conquistador e da mulher submissa e provocante foram designados como padrões ideais pela publicidade. Todavia, nas últimas décadas vêm ocorrendo significativas mudanças nomeadamente no que concerne aos papéis sociais de gênero. Além disso, tendo em vista que a publicidade para cada tipo de produto busca adotar um posicionamento e, por conseguinte, uma personalidade representada por algum estereótipo, faz-se importante observar a diferença na abordagem relacionada às imagens masculina e feminina, de acordo com a adequação do grupo-alvo que se pretende atingir, o que nos leva a um questionamento sobre quais são os modelos masculinos e femininos em voga na publicidade

contemporânea e se estamos ou não diante de um compartilhamento de novos valores.

Empreendedorismo e Plano de Negócio no Setor Agrícola - Orlando Lima Rua 2014-10-01

Trata-se de uma obra de leitura fácil e acessível, com uma linguagem que vai ajudar muitos dos que estão, hoje, a pensar em novos investimentos. O setor agrícola e agro-industrial representa, hoje, um vasto universo de oportunidades para Portugal e muitos portugueses. Não se trata de um "regresso ao passado", no sentido do regresso ao campo e à vida difícil que normalmente lhe está associada, mas, antes, do aproveitamento do potencial que o setor apresenta, seja pela via da substituição de importações, seja pela via da exportação. Estrutura da obra: - Agricultura - Empreendedorismo - Plano de negócios - Estudo de viabilidade - Económica e financeira Inclui 39 tabelas e 13 figuras. Com prefácio de José Fernando Figueiredo, Presidente do Sistema Português de Garantia Mútua, Presidente da Associação Europeia de Garantias, Presidente da 2BPartner SCR Público alvo: Esta obra constitui um apoio adicional para todos os que pretendam lançar-se na atividade de criação de riqueza e emprego em Portugal, não apenas os que queiram ser empresários do subsector hortícola, mas todos os que entendam ser o setor agrícola e agro-industrial, como um todo, um campo de oportunidades.

Promoting Organizational Performance Through 5G and Agile Marketing - Santos, José Duarte 2022-09-30

It is well understood that many business operations are evolving to fit within the mold of society's technological advancement. This is no different for marketing. While there are indicators proving the evolution of marketing, there are still many questions that must be addressed when examining the changes made to the field: whether this evolution will force new tactics, whether it will be reduced to technological tools, and more. These questions must be answered in order to allow organizations to be more customer-oriented and competitive. *Promoting Organizational Performance Through 5G and Agile Marketing* provides knowledge and skills to allow readers the ability to understand the evolution and trends of marketing, as well as its implications in organizations and customer relationships. It consolidates concepts introduced in recent years and examines possible opportunities to broaden the breadth of marketing, demonstrating its interdisciplinarity. Covering topics such as loyalty programs, brand attachment, and purchase intention, this premier reference source is an excellent resource for business leaders and executives, brand managers, IT managers, marketers, communications professionals, students and faculty of higher education, librarians, researchers, and academicians.

Mercator 2018 - Denis;Rodrigues Lindon 2018-08-27

A primeira edição do Mercator foi lançada em Portugal em 1992. Vinte e cinco anos depois, e muitas edições mais tarde, aquele que é o manual de referência, a nível académico e empresarial, do marketing na sua globalidade (teoria e prática) está de volta com uma nova edição actualizada e com dois novos capítulos («25 anos de marketing em Portugal» e «Marketing digital»).

Building Consumer-Brand Relationship in Luxury Brand Management - Rodrigues, Paula 2020-10-23

Luxury is no longer a privilege of the high-net-worth individuals. It is now accessible to all. This has become possible because the essence of luxury has changed: from something based upon materialism and conspicuous and hedonic consumption to one that embraces enrichment and experiences for the consumers. This evolution creates challenges for luxury brands and for the managers of luxury brands. *Building Consumer-Brand Relationship in Luxury Brand Management* is a collection of innovative research that focuses on the conception and marketing of luxury as an experience and explores more integrative and comprehensive approaches to modeling and understanding the consumer-brand relationship with luxury brands and their sustainability

in a global and multicultural world. Highlighting a broad range of topics including digital marketing, consumer demand, and social responsibility, this book is ideally designed for marketers, brand managers, consumer analysts, advertisers, entrepreneurs, executives, researchers, academicians, and students.

Marketing para desporto: um jogo empresarial -

Advances in Design and Digital Communication III - Nuno Martins
2022-10-26

This book reports on research findings and practical lessons featuring advances in the areas of digital and interaction design, graphic design and branding, design education, society and communication in design practice, and related ones. Gathering the proceedings of the 6th International Conference on Digital Design and Communication, Digicom 2022, held on November 3-5, 2022, as an hybrid event, from Barcelos, Portugal, and continuing the tradition of the previous book, it describes new design strategies and solutions to foster digital communication within and between the society, institutions and brands. By highlighting innovative ideas and reporting on multidisciplinary projects, it offers a source of inspiration for designers of all kinds, including graphic and web designers, UI, UX and social media designers, and to researchers, advertisers, artists, and brand and corporate communication managers alike.

Industrial Engineering, Management Science and Applications 2015 - Mitsuo Gen 2015-05-18

This volume provides a complete record of presentations made at Industrial Engineering, Management Science and Applications 2015 (ICIMSA 2015), and provides the reader with a snapshot of current knowledge and state-of-the-art results in industrial engineering, management science and applications. The goal of ICIMSA is to provide an excellent international forum for researchers and practitioners from both academia and industry to share cutting-edge developments in the field and to exchange and distribute the latest research and theories from the international community. The conference is held every year, making it an ideal platform for people to share their views and experiences in industrial engineering, management science and applications related fields.

Pensar a excelência nas organizações sociais - Paula Vieira

Pensar a excelência nas organizações sociais faz uma reflexão que tem por base a preocupação de busca da excelência das organizações que prestam serviços sociais, sobretudo daquelas que estão encarregues da proteção social e que, por isso, previnem e reparam situações de carência, dependência, de vulnerabilidade ou exclusão social. Uma obra que vai contribuir para o lançamento de condições que promovam a eficácia das organizações que atendem àqueles que não acedem ao poder político, que não controlam os mercados, que não financiam campanhas eleitorais e que não compram favores. "Procurando as condições para a excelência das organizações que prestam serviços sociais, é uma obra relevante e dilacerante, profunda e inquietante, rigorosa e alternativa, que atende, por um lado, aos cidadãos vencidos, indispensáveis e em grande número, minimizando-lhes o sofrimento, e, por outro lado, aos vencedores, já que assim se garante a coesão social que mantém o funcionamento do capitalismo reinante. É um livro que nos permite conhecer uma parte da realidade". Óscar Afonso, in Prefácio Estrutura da obra: Capítulo I- a organização em busca da excelência. Capítulo II- indícios da racionalidade tayloristo-burocrática no campo da produção dos serviços sociais. Capítulo III- Condições de estrutura e de cultura que potenciam a aproximação à excelência das organizações que prestam serviços sociais. Considerações finais

Advanced Methodologies and Technologies in Digital Marketing and Entrepreneurship - Khosrow-Pour, D.B.A., Mehdi 2018-11-09

As businesses aim to compete internationally, they must be apprised of new methods and technologies to improve their digital marketing strategy in order to remain ahead of their competition. Trends in entrepreneurship that drive consumer engagement and business initiatives, such as social media marketing, yields customer retention and positive feedback. *Advanced Methodologies and Technologies in Digital Marketing and Entrepreneurship* provides information on emerging trends in business innovation, entrepreneurship, and marketing strategies. While highlighting challenges such as successful social media interactions and consumer engagement, this book explores valuable information within various business environments and industries such as e-commerce, small and medium enterprises, hospitality and tourism management, and customer relationship management. This book is an ideal source for students, marketers, social media marketers, business

managers, public relations professionals, promotional coordinators, economists, hospitality industry professionals, entrepreneurs, and researchers looking for relevant information on new methods in digital marketing and entrepreneurship.

Gestão Comercial & Vendas - Nelson Batista De Sousa 2011-10-28

Este livro contém tópicos de extrema relevância para quem está atuando ou pretende atuar na área Comercial/Vendas. Ajuda a esclarecer os jovens que possuem dúvidas sobre a área e, profissionais de vendas.

Decide transformar em livro onde poderão encontrar esclarecimentos sobre os temas relacionados à profissão. Gostaria de esclarecer também que servirá de auxílio às pequenas e médias empresas, principalmente novas que estão iniciando suas atividades ou estão à procura de profissionais para a área de vendas, sejam eles, Gestores, Supervisores ou Vendedores. Além de pesquisas que foram feitas para a composição do livro, conto também com minha experiência de ter atuado na área por mais de trinta anos exercendo os cargos e funções que neste livro são mencionados. Poderão encontrar tópicos e esclarecimentos sobre Planejamento de Vendas, Planejamento Estratégico, Estratégia comercial, Reestruturação comercial, Motivação de pessoas, Consultoria, Merchandising, Empreendedor além de algumas informações sobre Administração de Empresas. Todos estes temas estão relacionados diretamente com a área de Vendas das empresas. Assim como eu precisei buscar conhecimentos e informações a respeito da profissão e cargos, creio que todos também necessitam de maiores detalhes.

Marketing Tradicional Ou Digital - Nelson Batista De Sousa
2012-03-14

Nos textos deste livro procurei resumir os principais conceitos, pensamentos e filosofias do Marketing. Além das observações e conceitos de grandes profissionais da área de Marketing, que tratam como um tema fundamental da administração das empresas, ressaltam também como uma ferramenta onde é de fundamental importância a comunicação clara e objetiva. Particularmente acredito que estes textos serão de extrema utilidade para os profissionais que atuam na área de vendas das empresas, gestores/gerentes, vendedores e promotores de merchandising que utilizam-se dos ensinamentos do Marketing diariamente, e muitos nem se dão conta. Existe também dicas de Comunicação, Merchandising, Promoções e Campanhas Institucionais e seus significados. Pode servir como ajuda no esclarecimento de dúvidas de jovens estudantes e profissionais que estão prestes a definir em qual curso, profissão, ou segmento atuar. Espero que possa ajudá-los como ajudou-me com conhecimentos que necessitei buscar quando exerci as funções na área comercial/vendas.

Compreender Africa - Rui Moreira de Carvalho 2005

Sociedade na nuvem - Liv Soban 2021-01-15

Vivemos em uma sociedade virtual e a comunicação é o quê sustenta as relações sociais, já que nosso cotidiano é na nuvem. A sua fala nas mídias constrói ou destrói? SOCIEDADE NA NUVEM reúne uma coletânea de teorias de especialistas com um guia, criado por Liv Soban, para que instituições tenham uma comunicação mais sustentável. Que tal percorrer um caminho de relações saudáveis, sem deixar que suas mensagens sejam interpretadas como polêmicas ou tragam repercussão negativa? Saber manter sua identidade e falar sem agredir são importantes passos para uma sociedade harmônica, seja na nuvem ou não.

Manual de Gestão Moderna. Teoria e Prática - Manuel Alberto Ramos Mações 2018-12-05

No mundo global altamente competitivo em que vivemos, o sucesso de qualquer organização depende não apenas da qualidade e dedicação dos seus colaboradores e do acerto nos produtos e nos mercados, mas também do conhecimento profundo do meio envolvente e do bom desenho dos processos estratégicos, operacionais e administrativos e ainda de uma boa gestão dos recursos financeiros e recursos humanos. Este livro faz uma abordagem aos principais temas da gestão moderna. Na primeira parte do livro são apresentados os fundamentos da gestão contemporânea, que consistem em saber o que é uma empresa, o que é a gestão e quais as funções do gestor. Como gerir é obter resultados através do trabalho dos membros da organização e como o trabalho dos gestores é dirigir e coordenar as atividades dos colaboradores de modo atingir os objetivos definidos, na segunda parte do livro são estudadas as funções dos gestores, como o planeamento e tomada de decisão, a organização e inovação, a direção nas suas principais facetas - motivação, liderança e comunicação - e o controlo. Finalmente, a terceira parte centra-se na discussão das principais funções da empresa, como a gestão de operações, a gestão de marketing, a gestão financeira e a

gestão de recursos humanos. Em cada área funcional descreve-se o objetivo, os processos administrativos, os fluxos de informação e as relações entre as diversas áreas e discute-se as principais técnicas e instrumentos específicos de cada área de gestão.

ICTR 2018 International Conference on Tourism Research - Dr Minna Tunkkari-Eskelinen, JAMK University of Applied Science Jyväskylä, Finland 2018-03-22

These proceedings represent the work of researchers participating in the International Conference on Tourism Research (ICTR 2018) which is being hosted by JAMK University of Applied Sciences, Jyväskylä, Finland on 23-24 March 2018.

Livros disponíveis - 2000

Mercator Xxi - Teoria E Pratica Do Marketing - Denis Lindon
Obra de referência na área do marketing com três novos capítulos sobre Marketing interno, marketing desportivo e marketing relacional. Os capítulos integram prefácios assinados por várias personalidades da nossa praça, entre as quais António Mexia, ministro das Obras Públicas, Francisco Pinto Balsemão, Artur Santos Silva, presidente do BPI, Carlos Horta e Costa, presidente dos CTT, Belmiro de Azevedo e Jardim Gonçalves.

Análise BTM - Elcio Galioni 2022-08-25

Em uma era exponencial e de abundância de informações, onde o tempo é o maior ativo de qualquer pessoa, empreendedor ou organização, o Professor Elcio Galioni coloca de forma muito perspicaz em seu livro "Análise BTM: viabilidade de negócios em minutos", através de ferramentas consagradas, como é possível reduzir em até 98% o tempo para analisar a viabilidade estratégica e o sucesso projetado de um novo negócio. Sem dúvida esse livro é de uma grande valia, principalmente pelas conexões de ferramentas sob um novo prisma de interpretação, garantindo, a quem compreender a Análise BTM, uma grande vantagem competitiva. Pragmático e preciso, o Professor Elcio Galioni prende a sua atenção desde o início com sua forma retórica simples, mas clara, tornando esse livro uma leitura indispensável no mundo dos negócios do século 21.

Segurança e saúde no trabalho - volume 1 - Celso Luis de Oliveira 2016-06-06

A Coleção de Segurança e Saúde no Trabalho foi elaborada com base nas diretrizes curriculares do Ministério da Educação. O processo de trabalho, de modo geral, requer do trabalhador competências técnicas muito bem desenvolvidas e habilidades que lhe permitam um exercício com excelência. Neste sentido, esta coleção espera contribuir com estudantes, professores e pesquisadores, no que diz respeito à Segurança do Trabalho no Brasil, sem, no entanto, esgotar o assunto. Os três volumes da coleção abordam temas como: princípios da administração e gestão empresarial, conceitos básicos, ergonomia, ética, empreendedorismo, psicologia, relação com a comunidade, legislação, sistema de gestão, redação técnica, tecnologia da informação, técnicas de treinamentos e comunicação, meio ambiente, gerenciamento de riscos, prevenção e combate a incêndios, estatística, desenho técnico, primeiros socorros, higiene ocupacional entre outros.

Logística: Conceitos e Tendências - Benjamim Moura 2006-02-01

Abordando os mais importantes conceitos e tendências da Logística, de uma forma simples mas rigorosa, este livro apresenta algumas das mais importantes correntes do pensamento logístico. Para isso, o autor, com uma vasta experiência no âmbito da Logística Interna, referencia autores e entidades que ajudarão todos os que pretendam conhecer mais sobre esta fascinante área do conhecimento. Sendo crescente a competitividade e a complexidade da gestão das organizações, são exigidas aos seus gestores competências muito alargadas e uma visão clara sobre o contexto em que desempenham a sua actividade. Por isso, além de uma abordagem global dos aspectos essenciais da Logística, no contexto da gestão das organizações e da economia global, optou-se por desenvolver temas que são cruciais em qualquer organização, desde o Serviço ao Cliente, os Custos Logísticos e a Terceirização (Operadores Logísticos). A crescente importância da Logística Inversa, dos pontos de vista económico, financeiro e ambiental, justificam o tratamento que lhe foi dado. Sendo as tecnologias de informação e da comunicação essenciais, no âmbito da gestão das organizações e da vida quotidiana, faz-se um estudo sobre as principais, com realce para os desenvolvimentos mais recentes, por exemplo, o Código Electrónico de Produto (sucessor do código de barras) e do GPS, ambos com ampla aplicação na Logística. Por todos esses motivos, este livro será do interesse especial de quem já intervém ou pretenda enveredar profissionalmente pela Logística ou áreas afins, bem como dos

estudantes.

Brands and Branding - Rita Clifton 2009-04-01

With contributions from leading brand experts around the world, this valuable resource delineates the case for brands (financial value, social value, etc.) and looks at what makes certain brands great. It covers best practices in branding and also looks at the future of brands in the age of globalization. Although the balance sheet may not even put a value on it, a company's brand or its portfolio of brands is its most valuable asset. For well-known companies it has been calculated that the brand can account for as much as 80 percent of their market value. This book argues that because of this and because of the power of not-for-profit brands like the Red Cross or Oxfam, all organisations should make the brand their central organising principle, guiding every decision and every action. As well as making the case for brands and examining the argument of the anti-globalisation movement that brands are bullies which do harm, this second edition of Brands and Branding provides an expert review of best practice in branding, covering everything from brand positioning to brand protection, visual and verbal identity and brand communications. Lastly, the third part of the book looks at trends in branding, branding in Asia, especially in China and India, brands in a digital world and the future for brands. Written by 19 experts in the field, Brands and Branding sets out to provide a better understanding of the role and importance of brands, as well as a wealth of insights into how one builds and sustains a successful brand.

Os meus livros - 2005-07

Livros de Portugal - 1995

Neutrosophics Computing and Machine Learning, Book Series, Vol. 10, 2019 - Florentin Smarandache

La neutrosophía es una nueva rama de la filosofía la cual estudia el origen, naturaleza y alcance de las neutralidades, así como sus interacciones con diferentes espectros ideacionales.

Mercator 25 anos (atualizado) - 2021-09-07

Dimensões Competitivas de Portugal: Contributos dos Territórios, Sectores, Empresas e Logística - João Carlos Correia Leitão 2008

Gestão nas Organizações de Saúde (Volume 1) - Pedro Parreira

A obra Gestão nas Organizações de Saúde congrega temas da área da gestão integrando modelos conceptuais, teorias, estudos empíricos e ferramentas que possam continuar a apoiar a tomada de decisão na área da saúde por parte dos profissionais em geral e dos enfermeiros em particular. A obra sustenta-se no pressuposto básico e primordial da gestão como ciência, sendo por isso determinante deter mais conhecimento formal para desenvolver mais competências, não desprezando, no entanto, a sua componente de "arte". Está organizada em seis grandes áreas temáticas e ao longo dos 56 capítulos distribuídos por três volumes, a saber: Matriz Organizacional para as Instituições de Saúde, Política e Assessoria (volume 1); Gestão de Pessoas, Formação e Desenvolvimento Profissional (volume 2); Gestão da Qualidade, Segurança nos Serviços de Saúde e desafios para o século XXI (volume 3) que desafiam o leitor é convidado a viajar pela diversidade e complexidade das distintas e múltiplas dimensões, não raramente contraditórias e contrastantes, com que se deparam os profissionais de saúde que desempenham funções de gestão. Esta diversificada matriz de temáticas importa à liderança e aos profissionais de saúde no geral e aos enfermeiros em particular, integrando algumas especificidades que devem ser tidas em conta na área da saúde. Redigida por uma diversidade de ilustres e reconhecidos profissionais de saúde e académicos de várias áreas do conhecimento ligados à área da saúde é contemplada a multidisciplinaridade e transdisciplinaridade que se complementam para sustentar uma abordagem diversificada e integrada de algumas questões importantes na gestão na saúde.

Manufacturing and Enterprise - Adedeji B. Badiru 2018-12-14

This book presents an integrated systems approach to manufacturing and business enterprise. Traditionally, these topics are treated as separate and independent subjects, but the practical fact is that the manufacturing and the business enterprises are intertwined. Currently, there is no book on the market that addresses both subjects from an integrated systems engineering approach with a manufacturing engineering foundation. Topics covered include engineering process, systems modeling, business enterprise, forecasting, inventory management, product design, and project management. Features Provides in-depth treatment of modern manufacturing processes,

systems, and tools Uses an integrated systems life-cycle approach to manufacturing and business Includes business proposals Discusses prototype manufacturing and/or business development processes Presents concepts, steps, and procedures for achieving an integrated enterprise of manufacturing and business

Dynamic Identities - Irene van Nes 2013

How to produce brand identities that are alive, with the ability to morph into new versions based on outside influences.

Comunicação, Educação E Design - Ivaldo Moreira (org.) 2019-05-20

Os artigos reunidos nessa publicação trazem alguns relatos do impacto percebido nas transformações que vem ocorrendo no nosso dia a dia, nas áreas da educação, comunicação e design e problematizam outros assuntos pertinentes, além de colaborar com perspectivas para que se possa discutir crenças e posicionamentos cognitivos diante das metas que são traçadas em nossas vidas. A obra se refere ao texto dos autores como figura de metalinguagem em relação à educação, comunicação e design e possibilita no leitor uma simbiose dentro de uma interpretação reconstruída intencionada no ato de leitura dos textos e ao mesmo tempo a perícia de suscitar discussões dentro da educação, da comunicação e o design, estabelecendo um diálogo entre o discurso escolar e não escolar levando para o contexto do espaço educativo que ele permeia, onde encontram-se os autores e o leitor.

Mercator: The Man Who Mapped the Planet - Nicholas Crane 2014-09-02

An enthralling biography of the man who created the first real map of the world and changed civilization Born at the dawn of the age of discovery, Gerhard Mercator lived in an era of formidable intellectual and scientific advances. At the center of these developments were the cartographers who painstakingly pieced together the evidence to create ever more accurate pictures of the planet. Mercator was the greatest of all of them- a poor farm boy who attended one of Europe's top universities, was persecuted and imprisoned by the Inquisition, but survived to coin the term "atlas" and to produce the so-called projection for which he is known. Devoutly religious, yet gripped by Aristotelian science, Mercator struggled to reconcile the two, a conflict mirrored by the growing clash in Europe between humanism and the Church. Mercator solved the dimensional riddle that had vexed cosmographers for so long: How could the three-dimensional globe be converted into a two-dimensional map while retaining true compass bearings? The projection revolutionized navigation and has become the most common worldview. Nicholas Crane-a fellow geographer-has combined a keen eye for historical detail with a gift for vivid storytelling to produce a masterful biography of the man who mapped the planet.

Marketing e Gestão da Relação com o Cliente - - Manuel Mações 2018-11-29

Ao contrário do que acontecia no passado, em que a dificuldade era produzir e não vender, nos nossos dias a dificuldade é vender e conseguir e manter os bons clientes. Daí a importância do marketing como disciplina de gestão e uma prática empresarial. Neste volume, vamos estudar o comportamento do consumidor, as políticas de marketing mix e a importância da segmentação, do targeting e do posicionamento (STP). É analisada a Gestão da Relação com o Cliente (CRM) e destacada a importância de construir e desenvolver relações duradouras e lucrativas com os clientes.

Exame - 2004

Global Security, Safety, and Sustainability - Sergio Tenreiro de Magalhaes 2010-08-19

The annual International Conference on Global Security, Safety and Sustainability (ICGS3) is an established platform in which security, safety and sustainability issues can be examined from several global perspectives through dialogue between academics, students, government representatives, chief executives, security professionals, and research scientists from the United Kingdom and from around the globe. The three-day conference focused on the challenges of complexity, rapid pace of change and risk/opportunity issues associated with modern products, systems, special events and infrastructures. The importance of adopting systematic and systemic approaches to the assurance of these systems was emphasized within a special stream focused on strategic frameworks, architectures and human factors. The conference provided an opportunity for systems scientists, assurance researchers, owners, operators and maintainers of large, complex and advanced systems and infrastructures to update their knowledge on the state of best practice in these challenging domains while networking with the leading researchers and solution providers. ICGS3 2010 received paper submissions from more than 17 different countries in all continents. Only 31 papers were selected and were presented as full papers. The program also included a number of keynote lectures by leading researchers, security professionals and government representatives.

Encyclopedia of Information Science and Technology, Fourth Edition - Khosrow-Pour, D.B.A., Mehdi 2017-06-20

In recent years, our world has experienced a profound shift and progression in available computing and knowledge sharing innovations. These emerging advancements have developed at a rapid pace, disseminating into and affecting numerous aspects of contemporary society. This has created a pivotal need for an innovative compendium encompassing the latest trends, concepts, and issues surrounding this relevant discipline area. During the past 15 years, the Encyclopedia of Information Science and Technology has become recognized as one of the landmark sources of the latest knowledge and discoveries in this discipline. The Encyclopedia of Information Science and Technology, Fourth Edition is a 10-volume set which includes 705 original and previously unpublished research articles covering a full range of perspectives, applications, and techniques contributed by thousands of experts and researchers from around the globe. This authoritative encyclopedia is an all-encompassing, well-established reference source that is ideally designed to disseminate the most forward-thinking and diverse research findings. With critical perspectives on the impact of information science management and new technologies in modern settings, including but not limited to computer science, education, healthcare, government, engineering, business, and natural and physical sciences, it is a pivotal and relevant source of knowledge that will benefit every professional within the field of information science and technology and is an invaluable addition to every academic and corporate library.

Serviços Bibliográficos da Livraria Portugal - Livraria Portugal. Serviços Bibliográficos 2003