

Administracao E Marketing Nas Academias De Ginastica

Caderno de contabilidadeVejaBrazilian News BriefsMarketing esportivo e administração de arenasMarketing trends 2021Dicionário do escritor goianoRevista de administração de empresasSão Paulo YearbookMensuração de Atitudes: A proposição de um protocolo para elaboração de escalasPequenas empresas, grandes negóciosTCC AdministraçãoGlobalized Sport Management in Diverse Cultural ContextsAdministration of Physical Education and Sport ProgramsEconomia & gestãoGESTÃO DE MARKETING E COMUNICAÇÃO50 anos da Academia Brasileira de Belas ArtesOSM - UMA VISAO CONTEMPORANEAAdministração sem segredoOficina de livros: Novidades catalogadas na fonteRAPMarketingAdministração por objetivosRevista marketingTemas Contemporâneos de Pesquisa em GestãoRevista de administração de empresas lightAdministração e legislaçãoWho's who in Brazilian Economic LifeBibliografia brasileiraExameestética do marketing, A - ExameFocoLeiaCiência hojeGestão & produçãoGestão estratégica para a lid. em empresasOrganizações & sociedadeMarketing: Fundamentos E ProcessosCadernos discentes COPPEAD.Oficina de livrosVozes

Caderno de contabilidade

Nos dias atuais, nenhum negócio pode ser administrado de maneira amadora. A concorrência cada dia mais avança rumo ao profissionalismo, e todas as empresas de sucesso têm uma coisa em comum; administração profissional, em que os parâmetros são analisados de acordo com o mercado e os colaboradores são orientados para os resultados e metas a serem atingidos. Este livro aborda, entre outros, os seguintes temas - Administração e Gestão de Pessoas; Marketing, Liderança, Manuais, Regras, Procedimentos, Implantação de Departamentos, Vendas, Telemarketing, Planejamento Financeiro etc. A obra oferece várias ferramentas que auxiliarão o leitor na gestão e coordenação de uma academia.

Veja

Brazilian News Briefs

Marketing esportivo e administração de arenas

Marketing trends 2021

Dicionário do escritor goiano

Revista de administração de empresas

São Paulo Yearbook

Parte I: A estética como ferramenta estratégica; Parte II: Gerenciamento de identidade pela estética; Parte III: Como determinar e proteger a estética; Parte IV: Gerenciamento abrangente de identidade.

Mensuração de Atitudes: A proposição de um protocolo para elaboração de escalas

Pequenas empresas, grandes negócios

TCC Administração

Globalized Sport Management in Diverse Cultural Contexts

This invaluable text presents the theory and practice of the administration of physical education and sport programs in an easy-to-read, easy-to-use format. With a strong background in history, Administration of Physical Education and Sport Programs, 5/E, addresses current topics and trends in management and administration while investigating the future of athletic administration. Special emphasis is placed on diversity, ethics, standards, conflict resolution, and transparency needs in all organizations. Each chapter begins with a case study and includes engaging end-of-chapter exercises. Critical thinking scenarios reinforce key terms and concepts. From the basics of management and administration to more topic-specific chapters discussing public relations, communications, law, and financial planning and budget restrictions, the text covers everything students need for administration courses.

Administration of Physical Education and Sport Programs

Economia & gestão

GESTÃO DE MARKETING E COMUNICAÇÃO

50 anos da Academia Brasileira de Belas Artes

OSM - UMA VISAO CONTEMPORANEA

Administração sem segredo

Profissionais, professores, pesquisadores e estudantes poderão consultar neste livro, importantes resultados de pesquisas recentes, pois o conhecimento produzido na Universidade, para ter valor, precisa ser compartilhado para proporcionar maior visibilidade a elas e melhor acessibilidade à sociedade. Esta obra é composta por relatos de pesquisas conduzidas e realizadas por docentes da PUC-SP e por professores-pesquisadores convidados. O objetivo desta publicação é divulgar, com diversidade, pluralidade e transparência, conhecimentos recentes representativos em relação às produções realizadas nas diversas áreas do conhecimento e estimular pesquisas vinculadas diretamente à Administração e Ciências Contábeis.

Oficina de livros: Novidades catalogadas na fonte

RAP

Marketing

Cross-cultural management is an important facet of the globalized sport industry. Sport managers must be skilled at working with individuals from diverse cultures and aware of the key issues affecting sport on a global level. This book brings together cutting-edge research from leading sport scholars from around the world, to illuminate some of those important issues and to demonstrate what cross-cultural management looks like in a sporting context. Presenting case studies from countries as diverse as the US, Brazil, Poland and Venezuela, and across a range of sports from football to basketball, the book presents new empirical material derived from a range of inquiry protocols, including both qualitative and quantitative methods. It offers critical analyses of cross-cultural and managerial issues in key areas such as group cohesiveness, group communications, and misperception and misinterpretation. Making an important contribution to our understanding of both theory and practice in sport management, this book is fascinating reading for any student, researcher or practitioner with an interest in global and international sport.

Administração por objetivos

Revista marketing

Temas Contemporâneos de Pesquisa em Gestão

As mais importantes tendências da administração moderna e de sua ideologia, o marketing, para os próximos anos Este livro é o resultado de um trabalho sistemático e permanente do corpo de consultores do MADIAMUNDOMARKETING, mapeando, rastreando, compilando, organizando e analisando informações, com o objetivo de identificar as mais importantes tendências do marketing e dos negócios para os próximos anos. Informações publicadas e divulgadas em todo o

mundo no correr dos anos de 2019 e 2020. Essas tendências estão lastreadas nas movimentações e performances empresariais e sempre ilustradas, neste livro, através de "cases" essenciais e relevantes para todas as empresas em atuação no Brasil, assim como para o ensino das melhores práticas do marketing nas Escolas e Universidades. Seu conteúdo conta com a colaboração inestimável de todos os alunos da MADIA BUSINESS SCHOOL, assim como de todas as empresas clientes do MADIAMUNDOMARKETING no processo de discussão, validação e seleção dessas tendências. MARKETING TRENDS 2021 é o 23o livro desta série. De autoria de FRANCISCO ALBERTO MADIA DE SOUZA, presidente da ACADEMIA BRASILEIRA DE MARKETING e do MADIAMUNDOMARKETING, empresa líder em serviços de CONSULTORIA DE MARKETING e BRANDING no país e responsável pelo Planejamento Estratégico de mais de 500 empresas de todos os portes e setores de atividades, no correr dos últimos 40 anos.

Revista de administração de empresas light

Este livro traz uma proposta inovadora dentro da pesquisa quantitativa em Administração. Além disto, o plus está no artigo final que exemplifica a classificação do nível de profundidade das informações na internet como objetivo de mensuração de atitudes (webanalytics). Assim, esta leitura torna-se obrigatória para aqueles pesquisadores adeptos dos métodos quantitativos por oferecer um instrumental que foge do usual.

Administração e legislação

Who's who in Brazilian Economic Life

APRESENTAÇÃO Esta publicação apresenta os resumos dos (artigos apresentados na Semana Científica da Administração e são originados dos trabalhos de conclusão de curso de diversas áreas do Centro Universitário Newton Paiva, especificamente do curso de Administração. O compendio de resumo procura mostrar a comunidade acadêmica a qualidade metodológica das pesquisas que incentivaram os discentes e também os professores na busca da excelência. Os alunos buscam além do desenvolvimento intelectual, mais conhecimento sobre a área escolhida pois após estudar e pesquisar sobre o tema escolhido, o discente tem mais domínio e confiança para apresentação do trabalho e preparação para o mercado de trabalho. O artigo é uma atividade diferenciada e os trabalhos desenvolvidos proporcionam maior confiança para o ingresso profissional em uma carreira de sucesso. Um dos objetivos da realização dos artigos é a busca de respostas para as questões e também a preparação para o mercado. Com a realização do artigo como produto do trabalho de conclusão de curso, o aluno adquire experiência na análise de dados, pesquisas e aprofundamento do tema escolhido. A experiência bibliográfica com certeza proporciona ao aluno um melhor conhecimento e um diferencial relevante dos seus campos de conhecimento, como também, a contribuição para formação de um cidadão mais ético e mais humano. Esse caderno de resumo procura incentivar docentes e discentes para realização de pesquisas e a formação de pessoas comprometidas com a cultura e formação tanto pessoal como profissional.

Bibliografia brasileira

Exame

estética do marketing, A - Exame

Foco

Leia

Winners - British Book Design Awards 2014 in the category Best Use of Cross Media Get access to an interactive eBook* when you buy the paperback (Print paperback version only, ISBN 9781446296424) Watch the video walkthrough to find out how your students can make the best use of the interactive resources that come with the new edition! With each print copy of the new 3rd edition, students receive 12 months FREE access to the interactive eBook* giving them the flexibility to learn how, when and where they want. An individualized code on the inside back cover of each book gives access to an online version of the text on VitalSource Bookshelf® and allows students to access the book from their computer, tablet, or mobile phone and make notes and highlights which will automatically sync wherever they go. Green coffee cups in the margins link students directly to a wealth of online resources. Click on the links below to see or hear an example: Watch videos to get a better understanding of key concepts and provoke in-class discussion Visit websites and templates to help guide students' study A dedicated Pinterest page with wealth of topical real world examples of marketing that students can relate to the study A Podcast series where recent graduates and marketing professionals talk about the day-to-day of marketing and specific marketing concepts For those students always on the go, Marketing an Introduction 3rd edition is also supported by MobileStudy - a responsive revision tool which can be accessed on smartphones or tablets allowing students to revise anytime and anywhere that suits their schedule. New to the 3rd edition: Covers topics such as digital marketing, global marketing and marketing ethics Places emphasis on employability and marketing in the workplace to help students prepare themselves for life after university Fun activities for students to try with classmates or during private study to help consolidate what they have learnt (*interactivity only available through VitalSource eBook)

Ciência hoje

Gestão & produção

Gestão estratégica para a lid. em empresas

Organizações & sociedade

'OSM - Uma visão contemporânea' aborda o que se refere ao 'O' de organização, ao 'S' de sistemas e ao 'M' de métodos de um ponto de vista moderno, que leva em conta temas como gestão por processos e compliance, além de abordar as relações entre OSM e TI e entre OSM e a gestão da qualidade total.

Marketing: Fundamentos E Processos

Neste livro os autores abordam os tipos de gestão estratégica que podem ser utilizados para que supervisores e gerentes consigam alcançar os objetivos traçados por empresas que prestam serviços, seguindo as tendências do momento. Analisando temas como serviços, comunicação, recursos humanos, marketing de serviços, os autores lançam novos conceitos a respeito dos processos de gestão, demonstrando que é possível ser eficiente quando se dispõe de uma gestão estratégica voltada para as pessoas; daí a necessidade de os líderes atuarem como intermediários entre os profissionais que com ele trabalham e a alta direção bem como a importância de o líder atuar com os profissionais que com ele trabalham e a alta direção. Todas as abordagens apresentadas no livro são ilustradas com exemplos.

Cadernos discentes COPPEAD.

Nem conjunto de teorias, nem ferramenta para atender às demandas do mercado. A importância do marketing hoje vai muito além. Gestão de marketing e comunicação - avanços e aplicações apresenta aos leitores uma nova visão, mostrando que o marketing envolve não somente o mercado externo, mas todos os níveis hierárquicos de uma empresa. A obra apresenta os principais conceitos e modelos de marketing e comunicação, orientando sua aplicação prática de uma forma dedicada à busca constante do conhecimento e do equilíbrio de dois potenciais: o potencial operacional e de oferta da empresa e o potencial de demanda e de capacidade aquisitiva dos segmentos de mercado almejados. Por meio de atividades propostas, os leitores poderão simular a prática do marketing em situações reais e incorporar efetivamente os paradigmas. Professores e profissionais de comunicação também encontram no livro uma excelente fonte das principais teorias sobre o assunto. Além de todas essas características, a segunda edição da obra que é referência no mercado foi totalmente atualizada e ampliada, trazendo as seguintes novidades: - indicações de requisitos de leitura e ligações entre os capítulos; - propostas de questões e exercícios no final dos capítulos; - renovação total dos casos, minicases e exemplos; - explicação mais detalhada e com exemplos dos principais modelos de análise e avaliação; - inserção de capítulo dedicado à Comunicação Digital; - apresentação detalhada dos itens que fazem parte de um planejamento estratégico de marketing.

Oficina de livros

Vozes

[ROMANCE](#) [ACTION & ADVENTURE](#) [MYSTERY & THRILLER](#) [BIOGRAPHIES & HISTORY](#) [CHILDREN'S](#) [YOUNG ADULT](#) [FANTASY](#) [HISTORICAL FICTION](#) [HORROR](#) [LITERARY FICTION](#) [NON-FICTION](#) [SCIENCE FICTION](#)