Planejamento de Endomarketing

guia para a construção de planos de marketing interno

Luís Carlos Carvalho

Planejamento de Endomarketing
guia para construção de planos de marketing interno
Copyright©2009

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta publicação, textos ou figuras, poderá ser reproduzida, guardada pelo sistema *"retrieval"* ou transmitida de qualquer modo ou por qualquer outro meio, seja este eletrônico, mecânico, de fotocópia, de gravação, ou outros, sem prévia autorização, por escrito, do detentor dos direitos.

Autor
Carvalho, Luís Carlos
Revisão
Hipertextus Comunicação

Dados de Registro do Direito Autoral da Publicação
Carvalho, Luís Carlos
Planejamento de Endomarketing
Registro no Escritório de Direitos Autorais da
Fundação Biblioteca Nacional do Ministério da Cultura
Nr.: 484.529 Livro: 914 Folha: 488

Editora em modo impresso: www.clubedosautores.com.br
São Paulo (SP) – 2011

Editora em modo eletrônico: www.endomarketing.com
Salvador (BA) - 2009

Oferecimento: à minha família.

Agradecimento: a Deus.

Índice

Premissa ..... Página 09

Capítulo 1 - Endomarketing em nova perspectiva ..... Página 11

Capítulo 2 - Diagnósticos ..... Página 27

Capítulo 3 - Definições ..... Página 37

Capítulo 4 - Estratégias de Endomarketing ..... Página 47

Capítulo 5 - Implementação, controle e avaliação ..... Página 61

Capítulo 6 - Desafios do novo Endomarketing . ..... Página 81

Referências consultadas ..... Página 87

Premissa

O Endomarketing nasceu do Marketing e por ele deve se guiar.