

SOUZA, Francisco Alberto Madia de. *Marketing Pleno — Tudo o que você precisa saber para praticar um marketing da maior qualidade e de última geração* — São Paulo: Ed. Makron Books, 1.999, 401p.

*João Maria Goulart Dubus**

Marketing Pleno é baseado em livro anterior do mesmo autor, *Introdução ao Marketing de 6ª Geração*, atualizando seus conceitos e trazendo novos casos bem como introduzindo o que ele chama de a sétima (*Online & Interactive Marketing*) e a oitava (*Aftermarketing*) gerações do Marketing, além de acrescentar mais dois Ps à *Madia Marketing Matrix* que passa assim a contar com 10 Ps (Phocus, Positioning, Product, Promotion, Place, Price, People, Providers, Post-Place, Protection). Esta atualização reflete as alterações do Marketing no Brasil após o Plano Real, com o aumento da concorrência, bem como as novas possibilidades que a tecnologia criou neste período.

Francisco Alberto MADIA de Souza é presidente da MADIA & Associados — Consultoria e Agência Internacional de Marketing, tendo como clientes empresas como Bauducco, Bradesco, Caloi, Citibank, Credicard, Ford, Sudameris, Vila Romana dentre outras. Durante 10 anos presidente do júri do Prêmio Top de Marketing é também criador e presidente por 10 anos do júri do Prêmio Marketing Best.

O livro é dividido em duas grandes partes: a primeira, que apresenta um retrospecto histórico e abrangente do Marketing e denomina-

* João Maria Goulart Dubus é administrador de empresas, pós-graduado em Marketing e professor da Faculdade São Luís.

do *As Oito Gerações do Marketing* em que o autor inclusive comenta sua interpretação dos “novos consumidores”, por ele batizados de *camagurus* (fusão de camaleão com canguru), os chamados consumidores paradoxais, *cada vez mais genéricos na superfície de nossos comportamentos de compra, cada vez mais específicos, segmentados, individuais, no âmago desses mesmos comportamentos.*

A segunda parte (*A Caixa de Ferramentas do Marketing*) detalha a MMM-Madia Marketing Matrix desde a utilização de Sistemas de Pesquisas de Marketing e de Análise de Cliente, Mercado e Concorrência até o aprofundamento de cada um dos 10 *Ps* criados pelo autor para utilização pela Administração de Marketing.

Embora tenha uma abordagem toda particular, inclusive nos termos utilizados, o autor apresenta um texto abrangente e compreensivo do que é o Marketing e das ferramentas que podem ser utilizadas pela Administração de Marketing, com uma visão bem brasileira, apesar da insistência na utilização de palavras e expressões em inglês, principalmente na chamada MMM-Madia Marketing Matrix.

Livro-texto básico recomendado para profissionais de Marketing e estudantes dos cursos de graduação em Administração e Marketing com a vantagem, sobre outras obras semelhantes, de apresentar exemplos e casos brasileiros.