

O MARKETING E SUAS RAMIFICAÇÕES EM ERVAS FITOTERÁPICAS

Marcia Esperidião

Renato Nogueira Perez Avila

Maykon Bueno de Castro

RESUMO

Venda de fitoterápicos são tabu, pois não são todas as pessoas que acreditam em terapias alternativas.

INTRODUÇÃO

Por suas características, esses produtos geram usos e efeitos diversos, por isso, seu plano de marketing deve ser, antes de tudo, honesto.

OBJETIVOS

Mostrar o diferencial fundamental do marketing para produtos fitoterápicos.

METODOLOGIA

Bibliográfica e a ação do acadêmico no local de trabalho.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conceito e finalidade devem estar explícitas nas embalagens desses produtos, mas também o real efeito e seus resultados também devem estar lá.

REFERÊNCIAS

BARATA, R. C. B. Ações Judiciais: estratégias da indústria química farmacêutica para a introdução de novos medicamentos. Saúde pública. 44.