

Roberto Meireles Pinheiro  
Guilherme Caldas de Castro  
Helder Haddad Silva  
José Mauro Gonçalves Nunes



SÉRIE MARKETING

# Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado

# Resumo de Comportamento do Consumidor e Pesquisa de Mercado

Este livro representa um compromisso de longo prazo de seus autores com uma abordagem do estudo do comportamento do consumidor, da pesquisa de marketing e da segmentação, alicerces fundamentais para o desenvolvimento do marketing como filosofia de negócios e processo de gestão.

A intenção da presente obra é conciliar a discussão dos aspectos conceituais com uma abordagem mais pragmática dos temas, permitindo uma leitura favorecedora do aprendizado de estudantes e profissionais.

Sumário: - Teorias sobre o comportamento do consumidor e fatores de influência no processo de compra - Processo decisório de consumo e tipos de compra - Aplicações e planejamento da pesquisa de marketing - A pesquisa quantitativa - Pesquisa qualitativa - Segmentação de mercado - Anexo: Critério de Classificação Econômica Brasil

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)