



Pesquisa de marketing

Guia para a prática de pesquisa de mercado

Aurora Yasuda e Diva Maria Tammaro de Oliveira

Resumo de Pesquisa de Marketing. Guia Para a Prática de Pesquisa de Mercado

A pesquisa de mercado atualmente apresenta-se como um trabalho sério e reconhecido que amplia e aprofunda o universo do conhecimento. Seu estudo tornou-se uma ferramenta essencial para tomar decisões acertadas no mundo dos negócios.

Esta obra relata a busca e o tratamento das informações, abrangendo várias áreas de negócios e projetos sociais que precisem de uma sistematização para coleta e análise de dados — a gestão da informação.

A estrutura didática está calcada em dois pilares: na rotina de implantação dos projetos de pesquisa e nas várias etapas do desenvolvimento de marcas, produtos, serviços e temas sociais. Escrito por duas autoras atuantes da área, com muitos anos de experiência, Pesquisa de marketing: guia para a prática de pesquisa de mercado traz um estudo profundo sobre a aplicação da pesquisa de mercado, para analisar tanto problemas dos negócios nas empresas como temas sociais em geral.

O texto traz o conhecimento teórico e prático da pesquisa de mercado para conhecer o cidadão ou consumidor e auxiliar na tomada de decisões.

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