Autores
Salvatore Benito Virgillito (Org.)
Fátima Guardani
Hélio Morrone Cosentino
José Claudio dos Santos Pinheiro
Maria Campos Lage
Maria Luisa Mendes Teixeira
Nelson Destro Fragoso
Vânia Maria Jorge Nassif

Pesquisa de Marketing

2ª edição

Uma abordagem quantitativa e qualitativa

saraiva uni

Resumo de Pesquisa de Marketing

A segunda edição do livro Pesquisa de Marketing: uma abordagem quantitativa e qualitativa traz projeto gráfico arrojado, conteúdo atualizado e dois softwares estatísticos, o NVivo e o Statistica, que podem ser baixados e utilizados gratuitamente.

Dessa forma, o leitor poderá identificar exemplos e casos resolvidos, encontrar uma ou mais soluções para seus problemas e (até) criar novas metodologias para seu estudo específico. Com linguagem fácil e acessível, esta obra facilita o entendimento de questões fundamentais de pesquisa em marketing, passo a passo, por meio de técnicas quantitativas e qualitativas de reconhecido e inquestionável valor científico e metodológico.

Construído por professores universitários e profissionais do mercado que reuniram e sintetizaram, de maneira precisa, informações essenciais, práticas e aplicáveis à pesquisa de marketing contemporânea, é destinado a profissionais, pesquisadores, interessados no assunto e estudantes dos cursos de Administração de Empresas, Marketing e outras áreas das Ciências Sociais Aplicadas.

Acesse aqui a versão completa deste livro