

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

**Uma
abordagem
quantitativa
e qualitativa**

ACOMPANHA
CD EXCLUSIVO
COM SOFTWARES
ESTATÍSTICOS



 **Editora
Saraiva**
www.saraivauni.com.br

Resumo de Pesquisa de Marketing

Um livro destinado a estudantes e profissionais dos cursos de Administração de Empresas, Marketing, entre outras áreas das ciências sociais aplicadas. Seu conteúdo, aliado a um projeto gráfico arrojado, 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.

Para maior facilidade e rapidez das soluções, o livro vem acompanhado de três softwares líderes de mercado: o Statistica, para as questões quantitativas, bem como o NVivo e o XSight, para as qualitativas.

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. Outra qualidade da obra é o texto fácil e acessível, construído por professores universitários e profissionais do mercado, os quais conseguiram reunir e sintetizar de maneira precisa informações essenciais, práticas e aplicáveis à pesquisa de marketing contemporânea.

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