

WALTER NIQUE
WAGNER LADEIRA

UMA ORIENTAÇÃO PARA O
MERCADO BRASILEIRO

PESQUISA DE MARKETING

atlas

Resumo de Pesquisa de Marketing. Uma Orientação Para o Mercado Brasileiro

Entender o comportamento do consumidor e definir as melhores estratégias de mercado são condições essenciais para o sucesso empresarial. Estas duas condições podem ser realizadas através do processo de pesquisa de marketing.

Pesquisa de marketing: uma orientação para o mercado brasileiro é uma obra que tem como finalidade fornecer um guia prático dos passos necessários para a realização de uma pesquisa na área de marketing e, assim, auxiliar profissionais de mercado a entender seus consumidores e desenvolver melhores estratégias.

Seu conteúdo traz exemplos práticos de pesquisa de marketing com dicas de como construir o processo de pesquisa, desde a formação do problema até a elaboração do relatório final. O livro apresenta ainda várias abordagens, técnicas e aplicações de pesquisas na área do marketing.

Além disso, enumera e explica as metodologias utilizadas para coleta e análise de dados, preocupando-se com as definições e o uso de técnicas de amostragens. Obra recomendada para acadêmicos e profissionais de pesquisa de marketing para resolver problemas associados à área de marketing, bem como para profissionais de administração e outras áreas afins, que podem beneficiar-se do conteúdo deste livro para coleta e análise de dados.

Leitura complementar para as disciplinas Pesquisa de Marketing, Pesquisa Mercadológica e Metodologia da Pesquisa dos cursos de graduação em Administração, Psicologia, Economia, Comércio Exterior, Design e Comunicação.

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