



Ana Cláudia Reis Jacintho • André Nassouf Pizzinatto • Antonio Carlos Gobetti
Claudia Rosa Assunção • Daniel de Sá • Edmilson Lima
Ezequiel Luis Lopes • Fábio Henrique de Miranda Bergamaschi • Geraldo José Soares
Marcelo Tadeu Furtado • Mauro Neves Garcia • Milton de Mello Campesato
Oswaldo Elias Farah • Nidia Nassouf Pizzinatto
Ronaldo Nassouf Pizzinatto • Ronaldo Elias Farah

PESQUISA PURA E APLICADA PARA
Marketing

Nidia Nassouf Pizzinatto
Oswaldo Elias Farah
(organizadores)

PROCESSOS E APLICAÇÕES



Resumo de Pesquisa Pura e Aplicada Para Marketing. Processos e Aplicações

A pesquisa mercadológica é instrumental importante para gestores e estudiosos do planejamento estratégico e de marketing, e nesta obra é analisada sob duas dimensões: pura (voltada ao aprofundamento do conhecimento da área) e aplicada (voltada à análise de oportunidades de mercado e/ou busca de soluções para problemas empresariais).

Os autores são professores de diversos programas de mestrado e doutorado, gestores e consultores empresariais, e assumiram o vínculo à metodologia científica como ponto imprescindível do processo de elaboração e implementação de projetos nas duas vertentes da pesquisa mercadológica acima identificadas.

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