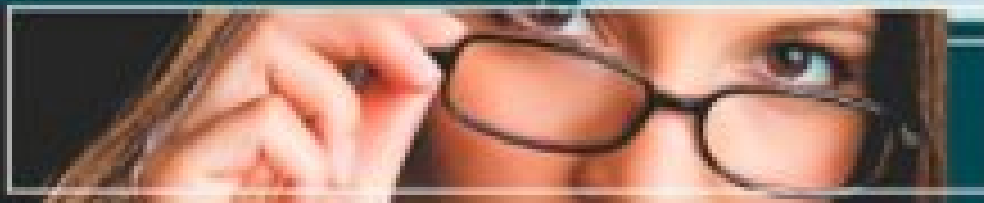
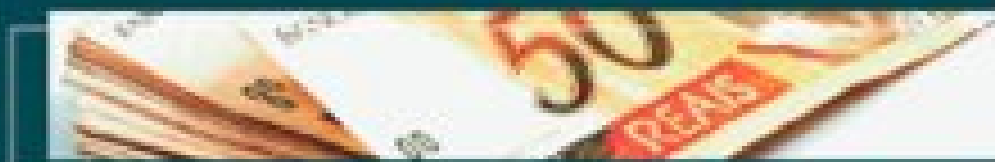


Princípios da **Pesquisa** de **Marketing**



Material de apoio:
Powerpoints® para professores
que comprovadamente adotam
a obra, e glossário, apêndices e
conjunto de dados (datasets)
para professores e alunos.



Tradução da 4ª edição norte-americana

William G. Zikmund
Barry J. Babin

Resumo de Princípios da Pesquisa de Marketing

O campo de pesquisa de marketing é dinâmico tanto em termos da demanda por parte das empresas como em termos de avanços tecnológicos que fornecem mais ferramentas para o pesquisador.

Considerando esse fato, os autores desta obra apresentam recursos valiosos para garantir que os alunos sejam capazes de conduzir pesquisas de marketing com entendimento de todas as teorias e técnicas mais recentes disponíveis.

Este livro aborda a necessidade dos alunos no sentido de compreenderem todos os aspectos do processo de pesquisa de marketing. Para isso, estuda uma extensa lista de tópicos que inclui dicas de mercado, questões de ética, atividade de pesquisa do mundo real, abordagem estatística e outros, além dos casos que oferecem aos alunos a oportunidade de participar ativamente do processo de tomada de decisão.

Com linguagem acessível e interessante, Princípios da pesquisa de marketing apresenta um cuidadoso equilíbrio entre teoria e prática, que esclarece e simplifica o processo de pesquisa de marketing, além de oferecer uma lista abrangente de tópicos importantes e atuais.

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