

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**

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](#)