

Pesquisa de ^{4ª edição} marketing

Conceitos e metodologia

Beatriz Santos Samara
José Carlos de Barros



Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia

Para tomar decisões acertadas, muitas vezes as empresas precisam obter informações específicas a respeito do mercado e de seus clientes. Por meio de uma metodologia adequada e de um projeto formal, é a pesquisa de marketing que buscará essas informações. Neste livro, os professores Beatriz Santos Samara e José Carlos de Barros enfatizam a importância da pesquisa de marketing na tomada de decisões da administração de marketing e descrevem os componentes de um sistema de informações e a elaboração das diferentes etapas de um projeto de pesquisa de marketing. Esta 4ª edição, totalmente atualizada e ampliada, apresenta novos estudos de casos e exemplos, além de novos modelos de formulários para coleta de dados e exercícios atualizados. Com este livro, o leitor aprenderá a escolher as metodologias adequadas, efetuar cálculos de amostras, determinar os objetivos da pesquisa, elaborar formulários, escolher técnicas de seleção de amostras etc., capacitando-se a elaborar, administrar ou contratar pesquisas de marketing. Com uma abordagem prática e objetiva, Pesquisa de marketing, 4ª edição, é indicado para alunos dos cursos de marketing, administração e publicidade, assim como para alunos de cursos de extensão, pós-graduação e MBAs.

[Clique aqui para obter este livro](#)