

• U



C •

FEUC

FACULDADE DE ECONOMIA
UNIVERSIDADE DE COIMBRA

**USO DAS TECNOLOGIAS DE DIAGNÓSTICO EM
NEUROMARKETING:
CASO COCA-COLA VS PEPSI**

Ana Cristina Paiva Nobre

Dissertação de Mestrado em Marketing
Orientada por: Prof. Doutor Arnaldo Fernandes Matos Coelho

Março de 2012