



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2022
Tp. Período	Anual
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)
Disciplina	2083 - PESQUISA MERCADOLÓGICA
Turma	PPM
Local	GUARAPUAVA

Carga Horária: 136

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Classificação de públicos, utilização de métodos e técnicas de pesquisa. Processos estatísticos na pesquisa mercadológica. Tabulação e análise dos dados. Aplicação dos resultados em campanhas publicitárias.

I. Objetivos

Proporcionar aos participantes os conhecimentos dos principais conceitos e as diferentes metodologias de pesquisa mercadológica; Explicar a natureza da pesquisa de marketing e seu papel na tomada de decisões gerenciais e na estratégia de marketing; Realizar e interpretar pesquisas como subsídio para a preparação de campanhas publicitárias; Discutir casos práticos.

II. Programa

- 1.Introdução à Pesquisa Mercadológica Definição
- 1.2Classificação das Pesquisas Mercadológicas
- 1.3Etapas do Processo de Pesquisa
- 1.4O sistema de informação de marketing
- 1.5A definição do problema de marketing
- 1.6Desenvolvendo uma abordagem do problema
- 1.7O ambiente externo
- 2.A concepção e tipologia de pesquisas
- 2.1Concepção da Pesquisa: Definição e tipologia
- 2.2Pesquisa Exploratória:Dados secundários
- 2.3Pesquisa Exploratória: Pesquisa Qualitativa
- 2.4Pesquisa Descritivas: Survey e observação
- 2.5Pesquisas Causais: Experimentação
- 3.O planejamento da pesquisa
- 3.1Medição
- 3.2Técnicas de medição comparativa
- 3.3Técnicas de medição não comparativa
- 3.4Elaboração de questionários e formulários
- 3.5Amostragem: Planejamento e Processo
- 4.A coleta e a preparação dos dados
- 4.1O trabalho de campo: treinamento e supervisão
- 4.2Codificação
- 4.3Transcrição
- 4.4Análise e interpretação dos dados
- 4.5Preparação do relatório final de pesquisa

III. Metodologia de Ensino

As aulas serão expositivas, a partir de conteúdos teóricos e técnicos. Leitura de textos. Estudos de caso e atividades individuais e em equipe. Atividades orientadas. Elaboração de um projeto de pesquisa.

IV. Formas de Avaliação

A avaliação será feita por meio de trabalhos práticos individuais e/ou em grupo, além de provas escritas. Será avaliada a participação em sala e o cumprimento das atividades propostas ao longo de cada unidade da disciplina. A avaliação de eficiência leva em conta os exercícios e a efetiva participação nas atividades, assim como na conclusão do projeto de pesquisa final. Acadêmicos (as) terão oportunidade de recuperação de rendimento, no mínimo duas vezes, ao longo do processo avaliativo e também ao final do semestre, com atividade relativa a todo o conteúdo trabalhado no semestre.

V. Bibliografia

Básica

- AAKER, D. A.; KUMAR,V.; DAY, G. S. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas, 2001.
KOTLER, Philip. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 1998.
LIVINGSTONE, James McCardle. Pesquisa de mercado: uma abordagem operacional. Tradução Carlos Roberto Vieira de Araujo. São Paulo: Atlas, 1989.
MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. Tradução: Laura Bocco. 4. ed. Porto Alegre: Bookman,



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

Ano	2022	
Tp. Período	Anual	
Curso	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
Disciplina	2083 - PESQUISA MERCADOLÓGICA	Carga Horária: 136
Turma	PPM	
Local	GUARAPUAVA	

PLANO DE ENSINO

2008.

MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de Marketing. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

Complementar

CAMARGO, Pedro Celso Julião. Neuromarketing: a nova pesquisa de comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2013.

KARSAKLIAN, Eliane, Comportamento do consumidor, São Paulo: Atlas, 2004.

MALHOTRA, N. K. et.al. Introdução à pesquisa de Marketing. São Paulo: Prentice-Hall, 2005.

MCDANIEL, C.: GATES, R. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Pioneira Thomsom Learning, 2003.

WOILER, S.; MATHIAS, W. F. Projetos: Planejamento, Elaboração e Análise. São Paulo: Atlas, 2001.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DECS/G

Tp. Documento: Ata Departamental

Documento: 03/2022

Data: 10/06/2022