UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	**2023**
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
1.2 Classificação das Pesquisas Mercadológicas
1.3 Etapas do Processo de Pesquisa
1.4 O sistema de informação de marketing
1.5 A definição do problema de marketing
1.6 Desenvolvendo uma abordagem do problema
1.7 O ambiente externo
2. A concepção e tipologia de pesquisas
2.1 Concepção da Pesquisa: Definição e tipologia
2.2 Pesquisa Exploratória:Dados secundários
2.3 Pesquisa Exploratória: Pesquisa Qualitativa
2.4 Pesquisa Descritivas: Survey e observação
2.5 Pesquisas Causais: Experimentação
3. O planejamento da pesquisa
3.1 Medição
3.2 Técnicas de medição comparativa
3.3 Técnicas de medição não comparativa
3.4 Elaboração de questionários e formulários
3.5 Amostragem: Planejamento e Processo
4. A coleta e a preparação dos dados
4.1 O trabalho de campo: treinamento e supervisão
4.2 Codificação
4.3 Transcrição
4.4 Análise e interpretação dos dados
4.5 Preparação 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 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, 2008.
MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de Marketing. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	**2023**
Tp. Período	**Anual**
Curso	**COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)**
Disciplina	**2083 - PESQUISA MERCADOLÓGICA**
Turma	**PPM**
Local	**GUARAPUAVA**

Carga Horária: **136**

PLANO DE ENSINO

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: 03/2023
Data: 17/05/2023