



# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

<b>Ano</b>	2023
<b>Tp. Período</b>	Anual
<b>Curso</b>	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)
<b>Disciplina</b>	2083 - PESQUISA MERCADOLÓGICA
<b>Turma</b>	PPM

**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 McCordle. 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

<b>Ano</b>	2023	
<b>Tp. Período</b>	Anual	
<b>Curso</b>	COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA (410)	
<b>Disciplina</b>	2083 - PESQUISA MERCADOLÓGICA	<b>Carga Horária:</b> 136
<b>Turma</b>	PPM	

## 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