


UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Departamento de Marketing

Av. João Naves de Ávila, 2121 - Bairro Santa Mônica, Uberlândia-MG, CEP 38400-902

Telefone: (34) 3239-4132 - 1F 216


PLANO DE ENSINO
1. IDENTIFICAÇÃO

Componente Curricular:	Pesquisa de Marketing									
Unidade Ofertante:	Faculdade de Gestão e Negócios									
Código:	FAGEN315021		Período/Série:				Turma:		A	
Carga Horária:							Natureza:			
Teórica:	36	Prática:	36	Total:	72	Obrigatória:	()		Optativa:	(X)
Professor(A):	Renata Rodrigues Daher Paulo						Ano/Semestre:		2023-1	
Observações:										

2. EMENTA

1. Definição de Pesquisa de Marketing
2. Processo de pesquisa
3. Design de pesquisa
4. Técnicas de coleta de dados
5. Técnicas de análise de dados

3. JUSTIFICATIVA

Os conteúdos a serem trabalhados na disciplina possibilitarão ao futuro profissional obter e utilizar dados e informações de seu negócio e do mercado, para a tomada de decisão. Além disso, a compreensão desses conteúdos esclarece os alunos quanto à importância da utilização de informações confiáveis, atualizadas e adequadas aos objetivos organizacionais.

4. OBJETIVO
Objetivo Geral:

Apresentar, debater e utilizar os conteúdos e técnicas relativos à disciplina.

Objetivos Específicos:

1. Situar e detalhar para o aluno a Pesquisa de Marketing como recurso de obtenção de informação para marketing.
2. Possibilitar ao aluno formular e resolver problemas de Pesquisa de Marketing para viabilizar a execução das estratégias mercadológicas de uma organização.

5. PROGRAMA

1. Sistema de Informações de Marketing e a Pesquisa de Marketing
2. Definição de Pesquisa de Marketing
3. Processo de Pesquisa de Marketing (Etapas de um Projeto de Pesquisa de Marketing)

4. Design de Pesquisa de Marketing: Exploratória X Conclusiva (Descritiva X Causal); Dados Primários X Secundários; Pesquisa Qualitativa X Quantitativa

5. Técnicas de Coleta e Análise para a Pesquisa de Marketing: Observação, Grupos Focais, Entrevistas, Questionários, Técnicas Projetivas, Experimentos

6. Mensuração de Variáveis / Uso de Escalas em Pesquisa de Marketing

7. Amostragem em Pesquisa de Marketing

8. Tratamento de Dados em Pesquisa de Marketing

9. Projeto Prático de Pesquisa de Marketing

6. METODOLOGIA

Atividades presenciais teóricas:

Aulas expositivas, vivências, dinâmicas, estudos de caso e debates.

Atividades práticas:

Trabalho prático de elaboração de uma pesquisa de marketing.

Trabalho discente efetivo:

Leituras da bibliografia básica e complementar, atividades extras (aplicação de conceitos).

7. AVALIAÇÃO

2. Trabalho prático

Data entrega relatório: 07/11/2023

Valor: 50 pontos

Em grupo

2. Atividades avaliativas

Qualquer aula presencial

Valor: variável num total de 50 pontos

3. Recuperação de aprendizagem

Com intuito de atender o art. 141 da Resolução CONGRAD 46/2022 o estudante que não obtiver o rendimento mínimo para aprovação e com frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) na disciplina poderá realizar uma prova individual e sem consulta, abrangendo todo o conteúdo da disciplina, no dia 21/11/2023.

8. BIBLIOGRAFIA

Básica

KUMAR, J.; DAY, G. S.; AAKER, D. A. **Pesquisa de Marketing**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**: metodologia, planejamento. São Paulo: Atlas, V. 1, 6. ed., 2005 e V. 2, 3. ed., 2006.

Complementar

COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em Administração**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, A. C. **Metodos e tecnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LAKATOS, M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MALHOTRA, N. K.; ROCHA, I.; LAUDISIO, M. C.; ALTHEMAN, E.; BORGES, F. M. **Introdução a Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Pearson Education, 2005.

9. APROVAÇÃO

Aprovado em reunião do Colegiado realizada em: ____/____/____

Coordenação do Curso de Graduação: _____



Documento assinado eletronicamente por **Renata Rodrigues Daher Paulo, Professor(a) do Magistério Superior**, em 02/08/2023, às 19:37, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **4701687** e o código CRC **E622FA37**.