

DISCIPLINA: Pesquisa de Marketing	CÓDIGO: 2DCA.0503
--	--------------------------

VALIDADE: a partir de agosto de 2010

TÉRMINO:

Carga Horária: Total: 60 horas/aula Semanal: 04 aulas Créditos: 04

Modalidade: Teórica/Prática

Classificação do Conteúdo pelas DCN: Formação Profissional

Ementa:

Pesquisa em MKT. Tipos de Pesquisa: Quantitativas e Qualitativas. Elaboração de projeto de pesquisa. Formas de coleta de dados. Amostragem: tamanho e processo. Elaboração de instrumentos de coleta de dados. Análise de dados. Apresentação dos Resultados.

Curso	Período	Eixo	Obrigatória	Optativa
Administração	6º	5 – mercadológico	x	

Departamento/Coordenação: Departamento de Ciências Sociais Aplicadas (DCSA)

INTERDISCIPLINARIDADES

Pré-requisitos	Código
Administração Mercadológica I	2DCA.0501
Estatística I	2ECOM.50
Co-requisitos	
Disciplinas para as quais é pré-requisito	
Disciplinas para as quais é co-requisito	

Objetivos: *A disciplina devesse possibilitar ao estudante*

1	Capacitar os futuros administradores a entender e compreender a importância da ferramenta de Pesquisa, bem como das principais tendências de consumo.
---	---

Unidades de ensino	Carga-horária Horas/aula
1 Projeto de Pesquisa de Campo	15
2 Elaboração de Projetos	15
3 Pesquisas Quantitativas e Qualitativas: conceito e utilização	12
4 Coleta de dados: formas, elaboração e amostragem	12
5 Análise e apresentação de resultados	06
Total	60

Bibliografia Básica

1	AAKER, David A.; DAY, George S.; KUMAR, Vinay. Pesquisa de marketing . 2.
---	--



	ed. São Paulo: Atlas, 2004.
2	MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
3	SAMARA, B. S. Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2007.

Bibliografia Complementar

1	BARROS Antônio; DUARTE, Jorge (Org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
2	FREUND, John E.; SIMON, Gary A. Estatística aplicada à economia, administração e contabilidade. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2000.
3	LAS CASAS, A. L.; GUEVARA, A. J. de H. Pesquisa de marketing. São Paulo: Atlas, 2010.
4	MATTAR, F. N. Pesquisa de marketing: edição compacta. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
5	MALHOTRA, N. K.; ROCHA, I. Introdução a pesquisa de marketing. São Paulo: Pearson, 2005.