



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

| | | |
|---|--|------------------------|
| CÓDIGO: | COMPONENTE CURRICULAR: Pesquisa de Marketing | |
| UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS | | SIGLA: FAGEN |
| CH TOTAL TEÓRICA: 30 | CH TOTAL PRÁTICA: 30 | CH TOTAL: 60 |

OBJETIVOS

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

EMENTA

- Definição de Pesquisa de Marketing
- Processo de pesquisa
- Design de pesquisa
- Técnicas de coleta de dados
- Técnicas de análise de dados
- Informática aplicada à Pesquisa de Marketing

PROGRAMA

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

4. Problemas Gerenciais em Marketing X Problemas de Pesquisa de Marketing
5. Design de Pesquisa de Marketing: Exploratória X Conclusiva (Descritiva X Causal); Dados Primários X Secundários; Pesquisa Qualitativa X Quantitativa
6. Técnicas de Coleta e Análise para a Pesquisa de Marketing: Observação, Grupos Focais, Entrevistas, Questionários, Técnicas Projetivas, Experimentos
7. Mensuração de Variáveis / Uso de Escalas em Pesquisa de Marketing
8. Amostragem em Pesquisa de Marketing
9. Tratamento de Dados em Pesquisa de Marketing
10. Análise de Dados em Pesquisa de Marketing: Univariada e Multivariada (Técnicas Elementares)
11. Uso de Software em Pesquisa de Marketing: Sphynx, Minitab e SPSS
12. Projeto Prático de Pesquisa de Marketing

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.

BIBLIOGRAFIA 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. **Métodos e técnicas 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.; LAUDÍSIO, M. C. ET AL. 1. Ed. **Introdução à Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Pearson Education, 2005.



APROVAÇÃO

23,09,11

Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Dr. João Sérgio de Oliveira Filho
Coordenador do Curso de Administração
Faculdade de Gestão e Negócios
Carimbo e assinatura do Coordenador do Curso



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Faculdade de Gestão e Negócios

Prof. Walter Gomes da Cunha
Carimbo e assinatura do Diretor da
Unidade Acadêmica
(que oferece a disciplina)

