

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS

FICHA DE DISCIPLINA

Disciplina: PESQUISA MERCADOLÓGICA		Departamento: Administração
Periodo/ Ano 7º	Curso : ADMINISTRAÇÃO	
Código: CAA 22	Carga Horária Semestral / Anual: Teórica [60] Prática [--] Total [60] Créditos [04]	Do Currículo Mínimo () (x) Obrigatória () Complementar () Optativa
Pré-Requisitos: ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA 2		Co-Requisitos: -----
Objetivo da Disciplina:		
<ul style="list-style-type: none"> • Estudar e examinar Métodos e Técnicas para sistematizar a Coleta, Registro e Análise de dados em atividades de marketing, de acordo com os objetivos e necessidades de informações para subsidiar o processo de Tomada de Decisões. 		
Ementa do Programa:		
<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de Informações Mercadológicas • O que é Pesquisa Mercadológica • Tipos de Pesquisa • Fontes de Dados • Planejamento do Projeto de Pesquisa 		
Bibliografia Básica:		
<p>BREEN, George & BLANKENSHIP, Albert. <u>Faça você mesmo Pesquisa de Mercado</u>. S. Paulo, Makron Books, 1991.</p> <p>MATTAR, Fauze Najib. <u>Pesquisa de Marketing</u>. S. Paulo, Atlas, 1993</p> <p>SAMARA, Beatriz S. & BARROS, José C. <u>Pesquisa de Marketing: Conceitos e Metodologia</u>. S. Paulo, Makron Books, 1994.</p>		
<p>____ / ____ / ____</p> <p>____ / ____ / ____</p>		

Coordenador do Curso

Diretor

Programa da Disciplina -CAA22 Pesquisa Mercadológica

1- Sistemas de Informações Mercadológicas

- 1.1- Vantagens de utilização do SIM
- 1.1- Funções do SIM
- 1.2- Modelo do SIM

2- O que é Pesquisa Mercadológica

- 2.1- Diferença entre Pesquisa Mercadológica e Pesquisa de Mercado
- 2.2- Reconhecimento de um Problema
- 2.3- Planejamento
- 2.4- Execução
- 2.5- Comunicação dos Resultados

3- Tipos de Pesquisa

- 3.1- Formas de adquirir conhecimento
- 3.2- Classificação
 - 3.2.1- Pesquisa Exploratória
 - 3.2.2- Pesquisa Descritiva
 - 3.2.3- Pesquisa Causal

4- Fontes de Dados

- 4.1- Fontes e Tipos de Dados
 - 4.1.1- Dados Primários
 - 4.1.2- Dados Secundários
 - 4.1.3- Método da Comunicação
 - 4.1.4- Método da Observação

5- Planejamento do Projeto de Pesquisa

- 5.1- Definição
- 5.2- Estabelecimento das questões de pesquisa e/ou formulação de Hipóteses
- 5.3- Estabelecimento das necessidades de dados e definição das variáveis da pesquisa e de seus indicadores

- 5.4- Determinação das Fontes de Dados
- 5.5- Determinação da Metodologia
- 5.6- Planejamento da Organização, Cronograma e Orçamento
- 5.7- Redação do Projeto de Pesquisa e/ou de Proposta de Pesquisa
- 5.8- Execução
- 5.9- Comunicação dos Resultados.