|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Componente Curricular: Exclusivo de curso ( X ) Eixo Comum ( ) Eixo Universal ( ) | | | |
| Curso: PUBLICIDADE E PROPAGANDA - MKT E CRIAÇÃO | | Núcleo Temático: PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIAS | |
| Nome do Componente Curricular:  PESQUISA DE MARKETING E COMUNICAÇÃO | | | Código do Componente Curricular: |
| Carga horária:  2 horas aula  32 h / 38 h/a | ( x ) Sala de aula  ( ) Laboratório  ( ) EaD | Etapa: 4 | |
| Ementa:  Estudos sobre métodos e instrumentos de coleta de dados, amostragem; tabulação e análise de dados de pesquisa quantitativa. Agrupamento de dados e análise de pesquisa qualitativa. Produção de relatórios de pesquisa de marketing e comunicação. | | | |
| Conteúdo Programático:  Definição de Pesquisa de Marketing;  Players do Mercado de Pesquisa, briefing e contratação de fornecedores;  Etapas do Projeto de Pesquisa de Marketing;  Problema e Objetivos de Pesquisa;  Tipos/fontes de dados;  Tipos; métodos de Pesquisa e Métodos de Coleta de Dados;  Instrumentos de coleta de dados: tipos de perguntas e elaboração de questionários e roteiros;  Trabalho de campo;  Amostragem: tipos e processo de amostra e cálculo amostral;  Processamento e análise dos dados da Pesquisa Quantitativa e Qualitativa;  Elaboração de projetos de Pesquisa de Marketing.   |  |  |  | | --- | --- | --- | | **Sem** | **Tópico do conteúdo** | **Referências Bibliográficas** | | **1** | Apresentação do conteúdo, ementa da disciplina e contrato pedagógico |  | | **2** | Definição de Pesquisa de Marketing; | MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing*: uma orientação aplicada. 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012 | | **3** | Players do Mercado de Pesquisa, briefing e contratação de fornecedores; | MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing*: uma orientação aplicada. 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012 | | **4** | Etapas do Projeto de Pesquisa de Marketing; | MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing*: uma orientação aplicada. 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012 | | **5** | Problema e Objetivos de Pesquisa; | MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing*: uma orientação aplicada. 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012 | | **6** | Tipos/fontes de dados; métodos de pesquisa e métodos de coleta de dados; | MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing*: uma orientação aplicada. 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012 | | **7** | Instrumentos de coleta de dados: tipos de perguntas e elaboração de questionários e roteiros; | MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing*: uma orientação aplicada. 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012 | | **8** | Avaliação – N1 |  | | **9** | Trabalho de campo; entrevista em profundidade com tomador de decisão e especialista da área – projeto profissional | Trabalho de campo | | **10** | Avaliação N1 - Entrega e apresentação das pesquisas |  | | **11** | Amostragem: tipos e processo de amostra e cálculo amostral | MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing*: uma orientação aplicada. 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012 | | **12** | Processamento e análise dos dados da Pesquisa Quantitativa e Qualitativa; | MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing*: uma orientação aplicada. 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012 | | **13** | Elaboração de projetos de Pesquisa de Marketing.- quantitativo – público alvo | MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing*: uma orientação aplicada. 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012 | | **14** | Elaboração de projetos de Pesquisa de Marketing.- quantitativo – mídia/ comunicação | MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing*: uma orientação aplicada. 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012 | | **15** | Elaboração de projetos de Pesquisa de Marketing – quantitativo - persona | MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing*: uma orientação aplicada. 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012 | | **16** | Elaboração de projetos de Pesquisa de Marketing – quantitativo -atividade textos do moodle | MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing*: uma orientação aplicada. 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012 | | **17** | Apresentação – pesquisas |  | | **18** | Avaliação N2 |  | | **19** | Avaliação substitutiva |  | | **20** | Avaliação final |  | | | | |
| *Instrumentos Avaliativos*  *N1 – Entrega e apresentação das pesquisas qualitativas (tomador de decisão e especialista da área)*  *N2 – Entrega e apresentação das pesquisa quantitativas (público alvo, hábitos de mídia, comunicação e etc...) pode variar, pois cada grupo trabalha com empresas distintas.*  MF=(NI1\*5+NI2\*5) / 2  + Partic | | | |
| *Bibliografia Básica:*  \*MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing*: uma orientação aplicada. 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. Nº de chamada: 658.83 M249p 6. ed. / 2012  \*CHURCHILL Jr.; G. A.; PETER, P.J. *Marketing:* criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2014. Nº de chamada: 658.8 C563m 3. ed. / 2014  \*KOTLER, Philip; KELLER, K.L. *Administração de marketing*. 14ed.São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015. Nº de chamada: 658.8 K87a 14. ed. / 2015  **\*DISPONÍVEL TAMBÉM O LIVRO ELETRÔNICO** | | | |
| *Bibliografia Complementar:*  \*SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. **Pesquisa de Marketing: conceitos e metodologia.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 3 ed., 2002. Nº de chamada: 658.83 S187p  \*SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH, Marco Aurélio. **Comportamento do consumidor:**conceitos e casos. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010. Nº de chamada: 658.8342 S187c 2010  MOLINA, Vanessa A. Franco; UTSUNOMIYA, Fred Izumi. **Pesquisa de marketing: guia prático**. São Paulo: Editora Mackenzie, 2018. Nº de chamada: 658.83 M722p 2018  MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de Marketing: metodologia; planejamento.** São Paulo: Atlas, 1999 Nº de chamada: 658.83 M435p  McDANIEL, JR., Carl; GATES, Roger. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003. Nº de chamada: 658.83 M478p.  PINHEIRO, Roberto Meireles. **Comportamento do Consumidor e Pesquisa de Mercado.** Rio de Janeiro: 2006. Nº de chamada: 658.8342 C736 3. ed. / 2006  **\*DISPONÍVEL TAMBÉM O LIVRO ELETRÔNICO** | | | |