

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: ENEX50800	
Carga horária: 2 horas aula 32h/ 38ha	(X) Sala de aula () Laboratório () EaD	Etapa: 4	
<p>Ementa:</p> <p>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.</p>			
<p>Conteúdo Programático</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <i>Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada</i> . 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012
3	Players do Mercado de Pesquisa, briefing e contratação de fornecedores;	MALHOTRA, Naresh K. <i>Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada</i> . 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012
4	Etapas do Projeto de Pesquisa de Marketing;	MALHOTRA, Naresh K. <i>Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada</i> . 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012
5	Problema e Objetivos de Pesquisa;	MALHOTRA, Naresh K. <i>Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada</i> . 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012
6	Tipos/fontes de dados;	MALHOTRA, Naresh K. <i>Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada</i> . 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012
7	Tipos; métodos de Pesquisa e Métodos de Coleta de Dados;	MALHOTRA, Naresh K. <i>Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada</i> . 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012
8	Avaliação – N1	
9	Instrumentos de coleta de dados: tipos de perguntas e elaboração de questionários e roteiros;	MALHOTRA, Naresh K. <i>Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada</i> . 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012
10	Trabalho de campo;	
11	Amostragem: tipos e processo de amostra e cálculo amostral	MALHOTRA, Naresh K. <i>Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada</i> . 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012

12	Processamento e análise dos dados da Pesquisa Quantitativa e Qualitativa;	MALHOTRA, Naresh K. <i>Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada</i> . 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012
13	Elaboração de projetos de Pesquisa de Marketing.- quantitativo	MALHOTRA, Naresh K. <i>Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada</i> . 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012
14	Elaboração de projetos de Pesquisa de Marketing.- quantitativo	MALHOTRA, Naresh K. <i>Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada</i> . 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012
15	Elaboração de projetos de Pesquisa de Marketing.- qualitativo	MALHOTRA, Naresh K. <i>Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada</i> . 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012
16	Elaboração de projetos de Pesquisa de Marketing.- qualitativo	MALHOTRA, Naresh K. <i>Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada</i> . 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012
17	Avaliação – N2	
18	Apresentações	
19	Apresentações	
20	Avaliação substitutiva	
21	Avaliação Final	

Bibliografia Básica:

CHURCHILL Jr.; G. A.; PETER, P.J. *Marketing: criando valor para os clientes*. São Paulo: Saraiva, 2012.
KOTLER, Philip; KELLER, K.L. *Administração de marketing*. 14ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MALHOTRA, Naresh K. *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. 6ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

Bibliografia Complementar:

MALHOTRA, Naresh. *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. São Paulo: Bookman, 2006 (658.83 M249p)

MATTAR, Fauze Najib. *Pesquisa de Marketing: metodologia; planejamento*. São Paulo: Atlas, 1999 (658.83 M435p)

McDANIEL, JR., Carl; GATES, Roger. *Pesquisa de marketing*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003 (658.83 M478p).

PINHEIRO Roberto Meireles. *Comportamento do Consumidor e Pesquisa de Mercado*. Rio de Janeiro: 2004 (658.8342 C736)

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. *Pesquisa de Marketing: conceitos e metodologia*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 3 ed., 2002. (658.83 S187p)



UNIVERSIDADE PRESBITERIANA MACKENZIE

