# UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

Fundação Instituída nos termos da Lei nº 5.152, de 21/10/1966 – São Luís - Maranhão.

## CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
## DEPARTAMENTO CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ADMINISTRAÇÃO
## CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
Depto de Ciências Contábeis e Administração
DECCA/CCSO
UFMA

1. **DISCIPLINA:** **PESQUISA MERCADOLÓGICA**

| | |
|---|---|
| CÓDIGO | DECC0128 |
| PRÉ-REQUISITO: | ---- |
| Carga Horária: | 60 Horas |
| Crédito: | 4.0.0 |
| Tipo: | N/OBR |

EMENTA: Ética em pesquisa. Planejamento. O processo da pesquisa mercadológica. Objetivos da pesquisa. Tipos de pesquisa. Princípios de amostragem. Elaboração do questionário. Levantamento de informações. Análise e apresentação de resultados.

## 2. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

**2.1 - UNIDADE I – ÉTICA**

- Na atividade;
- Com os respondentes;
- Com os patrocinadores;
- Com o mercado em geral.

**2.2 - UNIDADE II – A PESQUISA MERCADOLÓGICA**

- Conceito;

**2.3** - O processo da pesquisa: Identificação do problema;
Seleção do fornecedor;
Elaboração do Briefing;
Determinação do(s) objetivo(s) da pesquisa.

- Métodos de pesquisa: Dados secundários; Exploratória; Descritiva; Causal.
- Fundamentos de amostragem;
- Planejamento de atividades de campo;
- Elaboração do questionário;
- Análise de dados;
- Apresentação de resultados.

## 3. METODOLOGIA

Aulas expositivas, discussões em sala de aula, leituras e seminários.

## 4. AVALIAÇÃO

A avaliação será feita de acordo com os padrões da universidade, através da atribuição de três notas aplicadas sucessivamente após o desenvolvimento de cada 20 horas aula.
Para a atribuição de cada nota considerar-se –a prova escrita mais a apresentação realizada pelo aluno durante o período correspondente.
Aos que faltarem a uma das avaliações ou obtenham nota inferior a 6, será proporcionada uma oportunidade de recuperação, após concluído o programa.

a caminho da excelência

## 5. BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BOYD Junior, Harper. **Pesquisa Mercadológica.** Rio de Janeiro. FGV. 3º Ed. 1979.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing.** São Paulo: Atlas,1992.

COBRA, Marcos. **Marketing básico.** São Paulo: Atlas, 1997.

## 6. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

SAMARA, Beatriz Santos & BARROS, José Carlos de. **Pesquisa de marketing:** conceitos e metodologias. São Paulo: Makron Books, 1994.

a caminho da excelência