



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

ANEXO I

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo		Campus: Goiabeiras	
Curso: Administração			
Departamento Responsável: Administração			
Data de Aprovação (Art. nº 91):			
Docente responsável: Milton Henrique do Couto Neto			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: Professor Mestre em Administração			
Disciplina: Pesquisa de Marketing		Código: ADM 02208	
Pré-requisito:		Carga Horária Semestral: 60 Horas	
Créditos:	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
Ementa: A pesquisa como instrumento para as decisões de marketing. A pesquisa na propaganda. Testes de mercado. Pré-testes de campanhas. Pesquisa quantitativa e qualitativa. Universo e amostra. Mensuração. Análise e interpretação de dados estatísticos.			
Objetivos Específicos			
Relacionar o uso da informação com o processo de decisão de marketing; • Compreender cada etapa do processo de pesquisa de marketing; • Aplicar os conceitos de pesquisa de marketing; 13 • Reconhecer os benefícios que a curiosidade científica pode proporcionar; • Desenvolver trabalhos em equipe; • Despertar para necessidade de aprimorar continuamente a comunicação verbal e escrita.			
Conteúdo Programático			
1- Unidade I: Apresentação e A pesquisa no contexto do marketing 2 Unidade II: Formulação 3 Unidade III: Planejamento 4 Unidade IV: Execução 5 Unidade V: Análise e			



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

ANEXO I

comunicação
Metodologia
Aulas expositivas e leituras orientadas em grupo. Recursos de data show, filmes, revistas, livros e Internet. Tratamento teórico e empírico de eventos contemporâneos. Apresentação de teses e dissertações. Discussão de casos.
Critérios/Processo de avaliação da Aprendizagem
1. Prova individual escrita – peso 5,5 2. Apresentação de trabalho em grupo – peso 3,5 3. Participação em sala de aula – presença e desenvolvimento de trabalhos – peso 1,0
Bibliografia básica
MATTAR, Fauze Nagib. Pesquisa de Marketing: metodologia, planejamento. Vol. 1. 5ª ed. - São Paulo: Ed. Atlas, 1999. MATTAR, Fauze Nagib. Pesquisa de Marketing: execução e análise. Vol. 2. 2ª ed. - São Paulo: Ed. Atlas, 1998. SAMARA, Beatriz Santos e Barros, José Carlos de. Pesquisa de Marketing: Conceitos e Metodologia. Makron Books, São Paulo, 1997. MCDANIEL, Carl D. Pesquisa de Marketing. São Paulo, 2006.
Bibliografia complementar
VELHO, Gilberto. Individualismo e cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999. AAKER, David A.; Kumar, V.; Day, G. S. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Ed. Atlas, 2001. BABBIE, Earl. Métodos de pesquisas de Survey. Belo Horizonte, 1999. KOTLER, Philip. Administração de marketing: a edição do novo milênio. 10ª edição. São Paulo, 2000. DI NALLO, Egeria. Meeting Points. São Paulo, 1999.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO

ANEXO I