



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

PLANO DE ENSINO			
Universidade Federal do Espírito Santo		Campus: Goiabeiras	
Curso: Administração			
Departamento Responsável: Administração			
Data de aprovação (Art. Nº 91): 04/09/2025			
DOCENTE PRINCIPAL: Lunie Imamura de Lima Dolibaina			
Qualificação/link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/5644271887060293			
Disciplina: Pesquisa Mercadológica		Código: ADM02208	
Período: 2025/2		Turma: 1	
Pré-requisito: ADM06148 Administração de Marketing		Carga Horária Semestral: 60h	
Créditos: 3	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	30h	30h	
Ementa: Fornecer, aos alunos, instrumental para que possam elaborar um projeto de pesquisa mercadológica, realizá-lo e apresentar os resultados do mesmo através de um relatório final. Referencial teórico: projeto de pesquisa, etapas de pesquisa, questionários, tipos de dados, a amostra, relatório final.			
Objetivos Específicos: Introduzir os alunos ao universo da pesquisa mercadológica por meio de: <ol style="list-style-type: none">1. O Escopo da Pesquisa Mercadológica;2. O Processo da Pesquisa Mercadológica e;3. O Processo na Prática.			



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

Conteúdo Programático:

Parte 1 – O Escopo da Pesquisa Mercadológica

- 1.1 Definição de Pesquisa Mercadológica
- 1.2 Importância da Pesquisa Mercadológica
- 1.3 Quem faz Pesquisa Mercadológica
- 1.4 Formas Criativas de fazer Pesquisa Mercadológica

Parte 2 – O Processo da Pesquisa Mercadológica

- 2.1 Definição do Problema, das Alternativas de Decisão e dos Objetivos da Pesquisa
- 2.2 Desenvolvimento do Plano de Pesquisa
- 2.3 Coleta de Informações
- 2.4 Análise das Informações
- 2.5 Apresentação dos Resultados
- 2.6 Tomada de Decisão

Parte 3 – O Processo na Prática

- 3.1 Definição do Tipo de Pesquisa
- 3.2 Definição de Fontes de Dados
- 3.3 Definição de Métodos de Pesquisa
- 3.4 Definição de Instrumentos de Pesquisa
- 3.5 Definição de Plano Amostral
- 3.6 Definição de Técnicas de Análise dos Dados
- 3.7 Definição de Apresentação dos Resultados

Metodologia:

- Aula expositiva dialogada;
- Exibição de vídeos com debates;
- Realização de exercícios práticos em grupo;
- Realização de exercícios práticos individuais;
- Apresentação de seminários temáticos e;
- Leitura de artigos científicos.

Obs.:

Sala Virtual: <https://classroom.google.com/c/MjU2NzA5ODg5ODc4?cjc=rcstppr>

Código: rcstppr

E-mail: lunieimamura@gmail.com

Critérios / Processo de avaliação da aprendizagem:

Composição das notas:

- Atividades de checagem de conteúdo semanal: 2,0 / bimestre
- Projeto da Disciplina: 2,0 / bimestre



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

- Prova individual: 6,0 / bimestre
- Nota bimestral: Atividades de checagem de conteúdo (2,0) + Projeto da Disciplina (2,0) + Prova Individual (2,0) = 10,00
- Média final: $\frac{\text{nota bimestral 1} + \text{nota bimestral 2}}{2}$

Critérios de Avaliação:

- Atividades de checagem de conteúdo semanal: O aluno que entregar todas as atividades na data prevista receberá nota 2,0. Aqueles que entregarem com atraso maior do que 1 semana, receberão nota 1,0. E, acima deste prazo, nota 0.
- Projeto da Disciplina: Os alunos deverão postar o trabalho escrito, com formatação de trabalhos acadêmicos da Ufes, na data prevista e apresentar o trabalho presencialmente para a turma. As equipes que entregarem o trabalho escrito no prazo estipulado e apresentarem o mesmo em data prevista no cronograma, receberão nota 2,0. O membro da equipe que se ausentar da apresentação terá desconto de 1,0.
- Prova Individual: Os alunos deverão responder uma prova individual, em data prevista no cronograma, sem consulta. O aluno será avaliado conforme adequação do uso dos conhecimentos aprendidos em sala de aula e aplicados aos problemas propostos na prova. A nota máxima será 6,0.
- Estarão aprovados na disciplina, os alunos que obtiverem média final igual ou superior a 7 (sete) e 75% de frequência.

Situação Final:

Média maior ou igual a 7,0 = Aprovado

Média menor do que 7,0 = Prova Final

Após a prova final: $((\text{Média Semestral} + \text{Prova final})/2)$ igual ou maior do que 5 = Aprovado

ATENÇÃO:

1. Conforme Art. 6º da Resolução 30/2020-CEPE, o aluno deve estar presente, **no mínimo**, em 75% das aulas. Vale ressaltar que os alunos que não comparecerem a, pelo menos, 75% das aulas serão reprovados por falta independentemente dos resultados obtidos em outros quesitos do processo de avaliação, ressalvados os casos previstos pelas normas da UFES. **É de total responsabilidade do aluno, acompanhar sua frequência.** É permitida a ausência em até 25% (vinte e cinco por cento) das aulas da disciplina, ou seja, o equivalente a 15 faltas (ou 7 aulas e meia de 2 horas de duração) para uma carga horária de 60 horas-aula (30 encontros de 2 horas), embora não seja aconselhável a ausência.

2. Caso seja necessário e naqueles casos previstos em lei, o aluno deverá procurar a Pró-Reitoria de Graduação para solicitar **amparo legal** às suas atividades discentes. A professora da disciplina não aceitará nenhum tipo de atestado para compensar ou justificar faltas.

Bibliografia Básica:

1. MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Bookman, 2004.
2. MCDANIEL, Carl; GATES, Roger. **Pesquisa de marketing**. 1ª ed. São Paulo, Thomson, 2002.
3. SAMARA, B. S; BARROS, J. C. de. **Pesquisa de marketing: conceitos e metodologias**. São Paulo: Makron Books, 1997.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

Bibliografia Complementar:

1. CHURCHILL, G. A.; BROWN, T. J.; SUTER, T. A. **Pesquisa de Marketing: guia para a prática da pesquisa de marketing**. 7^o ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.
2. ZIKMUND, W. G.; BABIN, B. J. **Princípios da Pesquisa de Marketing**. 2^o ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

Cronograma		
Aula	Conteúdo	Carga Horária
Aula 1 (23/09)	Apresentação da disciplina, plano de ensino, cronograma e pactuação de critérios de avaliação, prazos de entregas e computo de frequência. Introdução à disciplina.	2
Aula 2 (26/09)	- Aula expositiva 1: O escopo da pesquisa mercadológica. - Atividades para a próxima aula: - Resenha do artigo: "Tipologia de Empresas de Pesquisa de Mercado no Brasil" (disponível na sala virtual).	2
Aula 3 (30/09)	PROFESSORA EM CONGRESSO – NÃO TEM AULA	
Aula 4 (03/10)	PROFESSORA EM CONGRESSO – NÃO TEM AULA	
Aula 5 (07/10)	- Debate sobre o artigo: "Tipologia de Empresas de Pesquisa de Mercado no Brasil".	2
Aula 6 (10/10)	- Aula expositiva 2: O Processo da Pesquisa Mercadológica. - Atividade para a próxima aula: - Resenha do vídeo Ibope Inteligência (link na sala virtual).	2
Aula 7 (14/10)	- Debate sobre o vídeo Ibope Inteligência.	2
Aula 8 (17/10)	SEMANA DE ADMINISTRAÇÃO	2
Aula 9 (21/10)	- Aula expositiva 3: Definição do Tipo de Pesquisa. - Atividades para a próxima aula: - Composição das equipes do projeto da disciplina e definição do escopo da pesquisa.	2
Aula 10 (24/10)	- Checagem e resolução de dúvidas em relação à composição das equipes do projeto da disciplina e definição do escopo da pesquisa.	2
Aula 11 (28/10)	- Aula expositiva 4: Definição de Fontes de Dados. - Atividades para a próxima aula: - Definição do tipo de pesquisa e fonte de dados.	2
Aula 12 (31/10)	- Checagem e resolução de dúvidas em relação à definição do tipo de pesquisa; fontes de dados (<i>desk-research</i>) e roteiro para a etapa qualitativa.	2
Aula 13 (04/11)	- Aula expositiva 5: Definição de Métodos de Pesquisa. - Atividade para a próxima aula: - Definição do método de pesquisa.	2
Aula 14 (07/11)	- Checagem e resolução de dúvidas em relação à definição de métodos de pesquisa, fontes de pesquisa para <i>desk-research</i> e roteiro para a etapa qualitativa.	2
Aula 15 (11/11)	CONDUÇÃO DE GRUPOS FOCAIS	2
Aula 16 (14/11)	CONDUÇÃO DE GRUPOS FOCAIS	2



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO

Aula 17 (18/11)	- Orientação sobre apresentação escrita e oral dos resultados da etapa qualitativa.	2
Aula 18 (21/11)	Apresentação e Entrega da 1ª etapa do Projeto da Disciplina por equipes	2
Aula 19 (25/11)	- Aula expositiva 6: Definição dos Instrumentos de pesquisa. - Atividade para a próxima aula: - Definição dos instrumentos de pesquisa e construção do questionário para a etapa quantitativa.	2
Aula 20 (28/11)	- Checagem e resolução de dúvidas em relação à definição de instrumentos de pesquisa e orientação para construção do questionário no <i>Google Forms</i> .	2
Aula 21 (02/12)	- Aula expositiva 7: Definição de Plano Amostral - Atividade para a próxima aula: - Definição do plano amostral.	2
Aula 22 (05/12)	- Checagem e resolução de dúvidas em relação à definição do plano amostral.	2
Aula 23 (09/12)	Aula expositiva 8: Definição de Técnicas de Análise de Dados. - Atividade para a próxima aula: - Definição das técnicas de análise de dados.	2
Aula 24 (12/12)	- Checagem e resolução de dúvidas em relação à definição de análise de dados.	2
Aula 25 (16/12)	Instruções para a preparação das clínicas experimentais.	2
19/12	Início do Recesso	
Aula 26 (23/01)	CONDUÇÃO DE CLÍNICAS EXPERIMENTAIS	2
Aula 27 (27/01)	CONDUÇÃO DE CLÍNICAS EXPERIMENTAIS	2
Aula 28 (30/01)	- Aula expositiva 9: Definição de Apresentação dos Resultados. - Atividade para a próxima aula: - Definição da apresentação dos resultados.	2
Aula 29 (03/02)	- Checagem e resolução de dúvidas em relação à apresentação dos resultados.	2
Aula 30 (06/02)	- Orientação sobre apresentação escrita e oral dos resultados da etapa quantitativa.	2
Aula 31 (10/02)	Apresentação e Entrega do Projeto Final da Disciplina.	2
Aula 32 (13/02)	Entrega de Notas	2
Aula 33 (20/02)	Devolutivas	2
Aula 34 (24/02)	Prova Final	2
	Total Carga-horária	64