



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): 26/02/2026 | | | |
| DOCENTE PRINCIPAL: Lunie Imamura de Lima Dolibaina | | | |
| Qualificação/link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/5644271887060293 | | | |
| Disciplina: Pesquisa Mercadológica | | Código: ADM02208 | |
| Período: 2026/1 | | 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**. 7ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.
2. ZIKMUND, W. G.; BABIN, B. J. **Princípios da Pesquisa de Marketing**. 2ª 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 (17/03) | 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 (20/03) | - 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 (24/03) | - Debate sobre o artigo: “Tipologia de Empresas de Pesquisa de Mercado no Brasil”. | 2 |
| Aula 4 (27/03) | - Aula expositiva 2: O Processo da Pesquisa Mercadológica. - Atividade para a próxima aula: - Resenha do vídeo Ibope Inteligência (link na sala virtual). | 2 |
| Aula 5 (31/03) | - Debate sobre o vídeo Ibope Inteligência. | 2 |
| 03/04 | FERIADO | |
| Aula 6 (07/04) | - 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 7 (10/04) | - Checagem e resolução de dúvidas em relação à composição das equipes do projeto da disciplina e definição do escopo da pesquisa. | 2 |
| Aula 8 (14/04) | - Aula expositiva 4: Definição de Fontes de Dados. - Atividades para a próxima aula: - Definição do tipo de pesquisa e fonte de dados. | 2 |
| Aula 9 (17/04) | - 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 |
| 21/04 | FERIADO | |
| Aula 10 (24/04) | - Aula expositiva 5: Definição de Métodos de Pesquisa. - Atividade para a próxima aula: - Definição do método de pesquisa. | 2 |
| Aula 11 (28/04) | - 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 |
| 01/05 | FERIADO | |
| Aula 12 (05/05) | CONDUÇÃO DE GRUPOS FOCAIS | 2 |
| Aula 13 (08/05) | CONDUÇÃO DE GRUPOS FOCAIS | 2 |
| Aula 14 (12/05) | - Orientação sobre apresentação escrita e oral dos resultados da etapa qualitativa. | 2 |
| Aula 15 | Apresentação e Entrega da 1ª etapa do Projeto da Disciplina por equipes | 2 |



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

| | | |
|----------------------------|--|-----------|
| (15/05) | | |
| Aula 16 (19/05) | - 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 17 (22/05) | - 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 18 (26/05) | - Aula expositiva 7: Definição de Plano Amostral - Atividade para a próxima aula: - Definição do plano amostral. | 2 |
| Aula 19 (29/05) | - Checagem e resolução de dúvidas em relação à definição do plano amostral. | 2 |
| Aula 20 (02/06) | Aula expositiva 8: Definição de Técnicas de Análise de Dados. - Atividade para a próxima aula: - Definição das técnicas de análise de dados. | 2 |
| 05/06 | FERIADO | |
| Aula 21 (09/06) | - Checagem e resolução de dúvidas em relação à definição de análise de dados. | 2 |
| Aula 22 (12/06) | Instruções para a preparação das clínicas experimentais. | 2 |
| Aula 23 (16/06) | CONDUÇÃO DE CLÍNICAS EXPERIMENTAIS | 2 |
| Aula 24 (19/06) | CONDUÇÃO DE CLÍNICAS EXPERIMENTAIS | 2 |
| Aula 25 (23/06) | - Aula expositiva 9: Definição de Apresentação dos Resultados. - Atividade para a próxima aula: - Definição da apresentação dos resultados. | 2 |
| Aula 26 (26/06) | - Checagem e resolução de dúvidas em relação à apresentação dos resultados. | 2 |
| Aula 27 (30/06) | - Orientação sobre apresentação escrita e oral dos resultados da etapa quantitativa. | 2 |
| Aula 28 (03/07) | Apresentação e Entrega do Projeto Final da Disciplina. | 2 |
| Aula 29 (07/07) | Entrega de Notas | 2 |
| Aula 30 (10/07) | Devolutivas | 2 |
| Aula 31 (21/07) | Prova Final | 2 |
| | Total Carga-horária | 62 |