

Curso: Administração

Disciplina: **Pesquisa Mercadológica**

Carga Horária: 40 h

Crédito: 02

Pré-Requisito: Marketing

#### EMENTA

Modelos de comportamento do consumidor. Segmentação do mercado: técnicas, tipos e estratégias. Análise quantitativa e qualificativa de mercado: instrumentos e técnicas. O sistema de informação mercadológica: aplicações. Novas tecnologias e métodos interdependentes. Estratégias de marketing face ao contexto brasileiro.

#### METODOLOGIA

Aulas expositivas e dialogadas. Apresentação de seminários. Trabalhos de equipes. Leitura e discussão do material bibliográfico. Leituras e fichamentos. Estudo de programa de vídeo. Debates. Trabalhos de pesquisa. Elaboração de esquema e resumo. Estudo dirigido. Construções individuais e coletivas.

#### AVALIAÇÃO

A avaliação, de caráter formativo, será desenvolvida durante o processo, levando-se em consideração: a participação efetiva no desenvolvimento das atividades: leitura dos textos, resumo, fichamento, mapas conceituais, resolução de questões avaliativas, desempenho na apresentação de trabalhos individuais, dupla ou em grupos.

#### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GRACIOSO, Francisco. Marketing Estratégico Planejamento Estratégico Orientado para o Mercado. 5º ed. São Paulo: Atlas, 2005.  
MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de Marketing Vol. 1 6º ed. São Paulo: Atlas, 2005.  
MATTAR, Fauze Najib. Pesquisa de Marketing Vol. 2 2º ed. São Paulo: Atlas, 1998.