



Plano de Curso

Turma: DAA00052 - PESQUISA DE MARKETING (40h) - Turma: 01 (2022.2)

Horário: 3N34

Pré-Requisitos: Não possui

Ementa: Conceitos de pesquisa de Marketing. Classificação dos tipos de pesquisa. Coleta de dados. Métodos de comunicação. Medidas e instrumentos de coleta de dados. Amostragem. Coleta de processamento de dados. Validade e confiabilidade. Análise de dados. Comunicação em Pesquisas. Uso de TICs: Planilha Excel, Simuladores empresariais, Uso de Formulários eletrônicos Online, Softwares de CRM.

Matrícula
1809832

Docente(s)
ANTONIO NOGUEIRA NETO - 40h

Metodologia de Ensino e Avaliação

Metodologia:	<p>ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS DE ENSINO</p> <p>De conformidade com a Resolução Nº 421/2022/CONSEA, de 14 de junho de 2022, a qual regulamenta as atividades de ensino nos cursos de graduação da Universidade para o semestre letivo 2022.2, no contexto de retorno as atividades presenciais dos cursos de graduação, mediante adoção do ensino presencial, híbrido ou remoto, com as devidas justificativas.</p> <p>Pelo exposto acima, as estratégias metodológicas utilizadas na disciplina serão: – Aulas síncronas expositivas e dialogadas com a participação ativa dos acadêmicos; estudo orientados que exigirão a participação ativa dos acadêmicos; – Pesquisas orientadas; - Dinâmicas Grupais e Individuais; – Estudos de Casos e Atividades complementares; - Leitura capítulos de livros; –Apresentações Oraís Individuais e/ou em Equipe Avaliativas (apresentações pelos acadêmicos em sala de aula); assim serão ministradas as atividades em horário de aulas síncronas.</p> <p>- Aulas conterão pesquisa e estudo orientados que exigirão a participação ativa dos acadêmicos; - Exercícios modelos e Estudos Dirigidos, com utilização de publicação no SIGAA, da plataforma meet.google.com; – Pesquisas orientadas; - Dinâmicas Grupais e Individuais; – Estudos de Casos e Atividades complementares; - Leitura capítulos de livros; com a utilização das plataformas: SIGAA, da plataforma meet.google.com;</p> <p>- Serão utilizados os seguintes recursos didáticos tanto para atividades síncronas: -- As plataformas de acesso a livros e pesquisa através da plataforma biblioteca digital, disponível a todos os acadêmicos matriculados na disciplina: minha biblioteca.com.br; ebsco e books; biblioteca virtual; e Springer.nature.com. Além disso, será utilizado: Notebook, Celular, Aulas Assíncronas e Síncronas; – Arquivos em POWER POINT; AdobeReaderXI; Word; Excel; plataforma whatsapp. – Todos os arquivos citados anteriormente, terão como objetivo se tornar uma “ferramenta” para divulgar aos acadêmicos os conteúdos presentes nas referências bibliográficas;</p> <p>Pelo exposto acima, realizar – se – á como estratégia e metodologia no ensino de graduação da disciplina:</p> <ul style="list-style-type: none">– Aulas expositivas presenciais;– Aulas expositivas, com a utilização da plataforma “meet.google.com”.- Aulas expositivas e dialogadas com a participação ativa dos acadêmicos;- Estudos Dirigidos e orientados (cases e material teórico relacionados ao conteúdo da disciplina);– Pesquisas orientadas;– Atividades relacionadas a Projetos de Práticas Administrativas;- Dinâmicas Grupais e individuais;– Apresentação de Seminários avaliativos. <p>RECURSOS DIDATICOS</p> <p>Serão utilizados os seguintes recursos didáticos:</p> <ul style="list-style-type: none">- Quadro branco com pincel;- Textos diversos em apresentação eletrônica (PDF, JPG, PowerPoint);- Notebook e smartfone;– Textos presentes nas referências bibliográficas;– Livros, artigos e capítulos adicionais, entre outros.- Na utilização da Plataforma “meet.google.com”- Textos diversos em apresentação eletrônica (PDF, JPG, PowerPoint);– Notebook e smartfone;– Textos presentes nas referências bibliográficas;– Livros, artigos e capítulos adicionais, entre outros.
--------------	---

	<p>CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO</p> <p>A avaliação desta disciplina será, de conformidade com a Resolução Nº 421/2022/CONSEA, de 14 de junho de 2022, a qual regulamenta as atividades de ensino nos cursos de graduação da Universidade para o semestre letivo 2022.2, e possuirá caráter de natureza diagnóstica e formativa, considerando as múltiplas metodologias de ensino-aprendizagem e da inovação tecnológica. A realização da aprendizagem será desenvolvida durante o processo de ensino e deverá realizar-se de forma contínua, ao longo do período letivo, conforme o planejamento demonstrado no plano de ensino da disciplina, levando-se em consideração: a participação efetiva no desenvolvimento das atividades e demonstração de assimilação do conteúdo da disciplina. Além de ser necessária aos acadêmicos a resolução de questões avaliativas, desempenho na apresentação de trabalhos individuais e a exigibilidade de apresentação de um capítulo com a participação de todos os membros (individual e em equipe) em um ramo atividade de mercado, voltado para logística empresarial. Nos critérios de avaliação da disciplina, serão utilizados:</p> <p>Avaliação oral de atividades realizadas nas aulas (participação do acadêmico); Avaliação escrita podendo ser em múltiplas escolhas e/ou descritiva; Frequência, pontualidade e participação; Avaliação das atividades assíncronas realizadas pelos acadêmicos; Serão aplicadas avaliações conforme de conformidade com o seminário apresentados.</p> <p>Obs.: Serão aplicados avaliação de todos os capítulos estudados no semestre. Aos alunos que não conseguirem a nota mínima de seis na apresentação dos seminários. O professor poderá estabelecer atividades de fixação de conteúdo, ou novas provas avaliativas, conforme desenvolvimento da disciplina ou da necessidade sentida pelo docente no acompanhamento do conteúdo didático da turma. Obs.: O professor conforme acompanhamento da disciplina ministrada poderá aplicar exercícios de fixação avaliativos e atividades avaliativas a cada término de atividade e/ou capítulo.</p> <p>PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO</p> <p>Com o objetivo de aprimorar o desenvolvimento social, cultural e cognitivo do aluno, os procedimentos de Avaliação e aprendizagem consistem em Atividades distribuídas para realização em sala de aula – no período de aula do dia; composição da apresentação do seminário em sala de aula, resolução de questões do referente ao conteúdo didático; participação ativa na composição do seminário (com leituras, estudo e criação da apresentação e domínio do conteúdo nas exposições orais relacionadas a apresentação de seminário.</p> <p>Críticos de Avaliação: Será considerado aprovado o aluno com média final (MF) superior ou igual a 6,0 (seis). A MF será calculada da seguinte forma: $MF = (N1+N2) / 2$.</p> <p>N1= 10,0 pontos N1 será a nota referente a primeira parte do curso. (Avaliação escrita). Mais a elaboração de um “ Briefing” referente a apresentação oral do seminário (individual e/ou em equipe). A N1 corresponde a resolução de atividades previamente estabelecidas por questões e/ou tópicos em cada capítulo. A N1 também corresponderá a apresentação oral do assunto estabelecido pelo professor, em dia previamente agendado. A equipe e/ou acadêmico responsável pela defesa do assunto do dia, deverá discorrer o assunto com competência, eficiência, eficácia e efetividade com a aplicabilidade de uma oratória adequada (compreensível a todos os presentes). A elaboração do seminário deverá ser realizada em decorrência do conteúdo em estudo e de pesquisas realizadas pelo acadêmico (tanto em sala como em atividades fora de sala de aula para apresentação em sala).</p> <p>Quanto as presenças e chamada As presenças serão consideradas pelo ingresso no horário inicial da aula das 20:50h as 21:00h. Haverá uma tolerância de 10 minutos do início de aula, para atrasos. O acadêmico que entrar após o horário de tolerância; (20:50 as 21:00h) receberá falta no primeiro horário das aulas. Após o horário de tolerância, o professor avaliará a permissão de ingresso do acadêmico (a) em sala de aula, porém, o acadêmico (a) retardatário (a) não terá mais direito a responder a lista de presença do dia.</p> <p>N2= 10,0 pontos N2 será a nota referente a segunda parte do curso. (Parte Apresentação de seminário + Avaliação escrita). Mais a elaboração de um “ Briefing” referente a apresentação oral do seminário (em equipe e/ou individual). A N2 corresponde a elaboração de um seminário com atividades previamente estabelecidas com o professor em sala de aula. N2 corresponde a resolução de atividades previamente estabelecidas por questões e/ou tópicos em cada capítulo. A N2 também corresponderá a apresentação oral do assunto estabelecido pelo professor, em dia previamente agendado. A equipe responsável pela defesa do assunto do dia, deverá discorrer o assunto com competência, eficiência, eficácia e efetividade com a aplicabilidade de uma oratória adequada (compreensível a todos os presentes). A elaboração do seminário deverá ser realizada em decorrência do conteúdo estudado e de pesquisas realizadas pelo acadêmico (tanto em sala como em atividades fora de sala de aula para explanação em sala).</p> <p>Quanto as presenças e chamada As presenças serão consideradas pelo ingresso no horário inicial da aula das 20:50h as 21:00h. Haverá uma tolerância de 10 minutos do início de aula, para atrasos. O acadêmico que entrar após o horário de tolerância; (20:50 as 21:00h) receberá falta no primeiro horário das aulas. Após o horário de tolerância, o professor avaliará a permissão de ingresso do acadêmico (a)</p>
--	--



	<p>das aulas. Após o horário de tolerância, o professor avaliará a permissão de ingresso do acadêmico (a) em sala de aula, porém, o acadêmico (a) retardatário (a) não terá mais direito a responder a lista de presença do dia.</p> <p>Ao aluno que não obtiver MF para a aprovação será permitido realizar uma avaliação substitutiva (AVS). A Avaliação valerá 10,0 pontos e substituirá a nota (N1 ou N2) de menor valor para cálculo da MF (média final).</p>
Horário de Atendimento:	(terça-feira 18h as 19h) (quarta-feira 20;30h as 22;30h) + (quinta-feira 18h as 20h) e pelo telefone da UNIR- DEAD (69) 3316-4516

Cronograma de Aulas

Início	Fim	Descrição
31/01/2023	31/01/2023	Aula Inicial da disciplina
04/02/2023	04/02/2023	Captura de valor - Aula Extra [Reposição]
07/02/2023	07/02/2023	Precificação
11/02/2023	11/02/2023	Elasticidade de Preço - Aula Extra [Reposição]
14/02/2023	14/02/2023	Ponto de equilíbrio
21/02/2023	21/02/2023	Estratégia de preço
28/02/2023	28/02/2023	Estratégia de desnatamento
04/03/2023	04/03/2023	Comunicação de valor - Aula Extra [Reposição]
07/03/2023	07/03/2023	Componentes do processos de comunicação
14/03/2023	14/03/2023	Medidas de Marketing
18/03/2023	18/03/2023	Promoção de Vendas - Aula Extra [Reposição]
21/03/2023	21/03/2023	Objetivos da Propaganda
25/03/2023	25/03/2023	Gestão de Vendas - Aula Extra [Reposição]
28/03/2023	28/03/2023	Valor Agregado de Venda
01/04/2023	01/04/2023	Principais funções na gestão de vendas - Aula Extra [Reposição]
04/04/2023	04/04/2023	Seleção do mercado alvo
08/04/2023	08/04/2023	Métodos de segmento de mercado - Aula Extra [Reposição]
11/04/2023	11/04/2023	Diferenças entre as estratégias de segmentação
15/04/2023	15/04/2023	Tomada de decisão gerencial - Aula Extra [Reposição]
18/04/2023	18/04/2023	Proposta da pesquisa de marketing
25/04/2023	25/04/2023	Dados secundários
29/04/2023	29/04/2023	Concepções de pesquisa exploratoria - Aula Extra [Reposição]
02/05/2023	02/05/2023	Amostragem
06/05/2023	06/05/2023	Preparação e análise de dados - Aula Extra [Reposição]
09/05/2023	09/05/2023	Fechamento da disciplina

Avaliações

Data	Hora	Descrição
28/03/2023	21:00h as 22:30H	1ª Avaliação
09/05/2023	21:00h as 22:30h	2ª Avaliação

Referências Básicas

Tipo de Material	Descrição
Livro	MATTAR, Fauze Najib; OLIVEIRA, Bráulio; MOTTA, Sérgio Luís Stirbolov. Pesquisa de Marketing: Metodologia, planejamento, execução e análise. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2014. 482 p. ISBN: 9788535259643.
Livro	RIBEIRO, Lene Belon et al (Elaboração). Pesquisa de marketing uma orientação aplicada. 6ª. Bookman, 2012. 735. ISBN: 9788577809752.
Livro	NIQUE, Walter; LADEIRA, Wagner. Como fazer pesquisa de marketing: um guia prático para a realidade brasileira. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2017. 250 p. ISBN: 97897012583.

Referências Complementares

Tipo de Material	Descrição
Livro	JR., G.A.C.; Brown, T.J.; Suter, T.A.. Pesquisa Básica de Marketing. 7a. ed.. Cengage Learning Brasil. 2012
Livro	MCDaniel, C.D.; Gates, R.H.. Fundamentos de Pesquisa de Marketing. 4a. ed.. Grupo GEN. 2005
Livro	Malhotra, N. K.. Pesquisa de Marketing: Uma Orientação Aplicada. 7a. ed.. Bookman. 2019
Livro	Nique, W.; Ladeira, W.. Pesquisa de Marketing. 2a. ed.. Atlas. 2017



SIGAA - Sistema Integrado de Gestão de Atividades Acadêmicas
UNIR - Fundação Universidade Federal de Rondônia
PROGRAD - Pró-Reitoria de Graduação
DIRCA Diretoria de Registros Acadêmico
Av. Pres. Dutra, 2965 - Centro, Porto Velho - RO, 76801-974

Livro	Zikmund, W.G.; Babin, B.J.. Princípios da Pesquisa de Marketing. 4a. ed.. Cengage Learning Brasil. 2012
Outros	Periódicos Capes
Outros	Revista Brasileira de Marketing;