



Plano de Curso

Turma: DAA00052 - PESQUISA DE MARKETING (40h) - Turma: 01 (2023.2)

Horário: 3N12

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



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

Metodologia de Ensino e Avaliação

ESTRATÉGIAS METODOLÓGICAS DE ENSINO

Metodologia:

De conformidade com a Resolução N° 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 2023.2, no contexto de retorno as atividades presenciais dos cursos de graduação, mediante adoção do ensino presencial, híbrido ou remoto, com as devidas justificativas.

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.

- Aulas conterão pesquisa e estudo orientados que exigirão a participação ativa dos acadêmicos; - Exercícios modelase 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;

- 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: minh bibliotecacom.br; ebsco ebooks; biblioteca virtual; e Springer.nature.com. Além disso, será utilizado: Notebook, Celular, Aulas Assíncronas e Síncronas; – Arquivos em POWER POINT; Adobe Reader XI; 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;

Pelo exposto acima, realizar-se-á como estratégia metodológica no ensino de graduação da disciplina:

– 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.

RECURSOS DIDATICOS

Serão utilizados os seguintes recursos didáticos:

- 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.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

A avaliação desta disciplina será, de conformidade com a Resolução N° 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 2023.2, e possuirá caráter de natureza diagnóstica e formativa, considerando



	<p>semestre letivo 2023.2, e possuirá caráter de natureza diagnóstica e formativa, considerando a s m ú l t i p l a s m e t o d o l o g i a s d e e n s i n o -aprendizagemedainovaçãotecnológica.Arealizaçãodaaprendizagemserádesenvolvidaduranteoprocessode ensinoedeverárealizar-sedeformacontínua,ao longo do período letivo, conforme o planejamento demonstrado no plano de ensino da disciplina, levando-se em consideração: a participação efetiva nos desenvolvimentos 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 exigibilidade de apresentação de um capítulo com a participação de todos os membros (individual e em equipe) em um ramo de atividade de mercado, voltado para logística empresarial.</p> <p>Nos critérios de avaliação da disciplina, serão utilizados: 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 aplicadas avaliações 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 das necessidades sentidas pelo docente no acompanhamento do conteúdo didático da turma.</p> <p>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>
Procedimentos de Avaliação da Aprendizagem:	<p>PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO</p> <p>Procedimentos de Avaliação da Aprendizagem:</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>Critérios de Avaliação:</p> <p>Será considerado aprovado o aluno com média final (MF) superior ou igual a 6,0 (seis). A MF será calculada da seguinte forma: $MF = (N1 + N2) / 2$. 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 de forma aplicável 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 da 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 19:00h as 20:40h. Haverá uma tolerância de 15 minutos do início de aula, para atrasos. O acadêmico que entrar após o horário de tolerância; (19:15h) 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 de forma aplicável 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 da 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 19:00h as 20:40h. Haverá uma tolerância de 15 minutos do início de aula, para atrasos. O acadêmico que entrar após o horário de tolerância; (19:15h) 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>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:	segunda-feira 17:00h as 19:00h + quarta-feira das 17:00h as 19:00h
-------------------------	--

Cronograma de Aulas

Início	Fim	Descrição
31/10/2023	31/10/2023	Aula inicial da Disciplina
04/11/2023	04/11/2023	AULA REPOSITIVA - Aula Extra [Reposição]
07/11/2023	07/11/2023	Aula: Precificacao
11/11/2023	11/11/2023	AULA REPOSITIVA - Aula Extra [Reposição]
14/11/2023	14/11/2023	Aula: Ponto de equilibrio
21/11/2023	21/11/2023	Aula: Estrategia de Preço
25/11/2023	25/11/2023	AULA REPOSITIVA - Aula Extra [Reposição]
28/11/2023	28/11/2023	Aula: Comunicacao de Valor
05/12/2023	05/12/2023	Aula: Componentes do Processo de Comunicacao
09/12/2023	09/12/2023	AULA REPOSITIVA - Aula Extra [Reposição]
12/12/2023	12/12/2023	Aula: Promocao de Vendas
19/12/2023	19/12/2023	Aula: Objetivos da Propaganda
23/01/2024	23/01/2024	Aula: Gestao de Vendas
27/01/2024	27/01/2024	AULA REPOSITIVA - Aula Extra [Reposição]
30/01/2024	30/01/2024	Aula: Principais funcoes da gestao de vendas
03/02/2024	03/02/2024	AULA REPOSITIVA - Aula Extra [Reposição]
06/02/2024	06/02/2024	Aula: Metodos de Segmento de mercado
17/02/2024	17/02/2024	AULA REPOSITIVA - Aula Extra [Reposição]
20/02/2024	20/02/2024	Aula: Tomada de Decisao Gerencial
24/02/2024	24/02/2024	AULA REPOSITIVA - Aula Extra [Reposição]
27/02/2024	27/02/2024	Aula: Dados Secundarios e Dados Primarios e Amostragem
05/03/2024	05/03/2024	Aula: Concepcao de Pesquisa Exploratoria
12/03/2024	12/03/2024	Aula: Preparacao e Analise de dados
19/03/2024	19/03/2024	Aula: Fechamento da Disciplina

Avaliações

Data	Hora	Descrição
12/12/2023	19:00h as 20:30h	1ª Avaliação
12/03/2024	19:00h as 20:30h	2ª Avaliação

Referências Básicas

Tipo de Material	Descrição
Livro	MATTAR, Fauze Najib; OLIVEIRA, Braulio; 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	CHURCHILL, JR., Gilbert A.; BROWN, Tom J.; SUTER, Tracy A.. Pesquisa Basica de Marketing. 7a. ed.. Sao Paulo: CENCAGE LEARNING - ISBN 978-85-221-1329-3. 2011
Livro	HAIR, JR., Joseph F.; CELSI, Mary Lu; ORTINAU, David J.; et al.. Fundamentos da Pesquisa de Marketing [recurso eletronico]. 3a. ed.. Porto Alegre: AMGH - ISBN 978-85-8055-372-7. 2014
Livro	MALHOTRA, Naresh K.. Pesquisa de Marketing: uma orientacao aplicada. 7a. ed.. Porto Alegre: Bookman - ISBN 97 8013 3473 484 2. 2019
Livro	McDANIEL, Carl D.; GATES, Roger H.. Fundamentos da Pesquisa de Marketing. 4a. ed.. RIO DE JANEIRO: EDITORA LTC ISBN 85 216 1437 3. 2005
Livro	ZIKMUND, William G.; BABIN, Barry J.. Principios da Pesquisa de Marketing. 4a.ed.. Sao Paulo: CENCAGE LEARNING - ISBN 978 85 221 1335 4. 2011
Revista	Revista Brasileira de Marketing
Artigo	PERIODICOS CAPES



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