

**PLANO DE ENSINO
PROGRAMA**

Disciplina: Pesquisa de Mercado Código: OC 266 de Pesquisa Natureza: Semestral (X)	Pré-requisito: Metodologia Anual: ()
--	---

Carga horária: Aulas teóricas: 16 Aulas práticas: 16	Total: 32 Créditos:
--	------------------------

OBJETIVOS:
Aplicabilidade prática da pesquisa de mercado.

EMENTA:
Tipos de pesquisa, metodologia, análise, coleta e tratamento dos dados.

PROGRAMAÇÃO E CONTEÚDOS DAS AULAS (PREVISÃO)		
Dia/Mês ou Semana ou Período	Conteúdo das Aulas	Número de Aulas
11/08	Apresentação da disciplina: definição dos procedimentos	02
18 e 25 /08	Preparação das etapas de pesquisa: revisão	04
01/09 a 13/10	Pesquisa qualitativa	14
20/10 a 08/12	Pesquisa quantitativa	16

* Possíveis alterações poderão ser realizadas ao longo do semestre, sempre comunicadas aos alunos.

** Nestas datas estão previstas as avaliações (projetos de pesquisa que deverão ser entregues).

PROCEDIMENTOS DIDÁTICOS:
Aulas expositivas, prática de coleta de dados.

FORMAS DE AVALIAÇÃO:
Projetos de pesquisa: relatórios finais.

BIBLIOGRAFIA MÍNIMA:
MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de Marketing.

Validade: Ano: 2016
Professor: Camilo Catto
Chefe do Departamento: Professor Mário Messagi Junior