

PESQUISA DE MERCADO E ANÁLISE DE DADOS

Ementa

Introdução à pesquisa de mercado. Base de apoio à decisão gerencial. Delineamento e planejamento da pesquisa. Dados primários e secundários. Metodologias de pesquisas qualitativas (entrevista, grupo focal, técnica projetiva e observação) e quantitativas (survey e experimento). Análise de dados qualitativos e quantitativos. Relatório de pesquisa.

Plano de Aula

1. Introdução à pesquisa de mercado
2. Dados primários e secundários
3. Pesquisa qualitativa
4. Pesquisa quantitativa
5. Relatório de pesquisa

Bibliografia

BARDIN,

L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 2010.

CRESWELL,

J. W. Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto. Porto Alegre: Artmed, 2010.

DENZIN,

N. K.; LINCOLN, Y. S. O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.

FLICK,

U. Introdução à metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes. Porto Alegre: Penso, 2013.

GIL,

A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL,

A. C. Como elaborar projeto de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

KOTLER,

P.; KELLER, K. L. Administração de marketing. São Paulo: Pearson, 2013.

KOTLER,

P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 4.0. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

MALHOTRA,

N. Pesquisa de marketing. São Paulo: Pearson, 2011.?

MAROCO,

J. Análise estatística. Lisboa: Edições Sílabo, 2003.

MATTAR,

F. N. Pesquisa de marketing. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

STAKE, R. Pesquisa qualitativa. Porto Alegre: Penso, 2011.