



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ
PRÓ-REITORIA DE ENSINO

PROGRAMA DE DISCIPLINA

Curso:	Design – habilitação em Projeto do Produto	Campus :	Cianorte
Departamento:	Departamento de Design e Moda		
Centro:	Centro de Tecnologia		
COMPONENTE CURRICULAR			
Nome: MARKETING E PESQUISA DE MERCADO [OPTATIVA]			Código:
Carga Horária: 68 h/a	Periodicidade: Semestral	Ano de Implantação: 2015	
1. EMENTA			
Conceitos fundamentais em Marketing, Mercado, Demanda e Posicionamento de produto. (Res. nº 174/14-CI/CTC).			
2. OBJETIVOS			
Apresentar e aplicar as metodologias de pesquisa de mercado e sua utilidade para a tomada de decisões estratégicas de marketing. (Res. nº 174/14-CI/CTC).			

3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Comportamento do Consumidor.
Sistema de Informações Mercadológicas – SIM.
Pesquisa de Mercado:

- Tipos e origens de dados;
- Processo de pesquisa;
- Pesquisa Qualitativa e Pesquisa Quantitativa;
- Formas de coleta de dados;
- Amostragem – tamanho e processo;
- Elaboração de instrumentos de coleta de dados;
- Análise dos dados e apresentação dos resultados.

4. REFERÊNCIAS

4.1- Básicas (Disponibilizadas na Biblioteca ou aquisições recomendadas)

BAIRON, Sérgio; PEREZ, Clotilde. Comunicação & marketing. São Paulo: Futura, 2002. 211p.
BRAGA, Roberto S. Marketing de produtos industriais. São Paulo: Atlas, 2000.
DIAS, Sérgio R. (Org.) Gestão de marketing. São Paulo: Saraiva, 2003. 539p.
KOTLER, Philip. Marketing de A a Z – conceitos que todo profissional precisa saber. São Paulo: Campus, 2003. 256p.

