

Projeto Integrador: Pesquisa Mercadológica / Período: 3

Professor: Rômulo Oliveira Chaves (Mestre)

CH: 80h

Ementa:

Planejamento das Ações. Criação do Produto Inovador; Definição da Metodologia da Pesquisa; Pesquisa Mercadológica; Análise da Pesquisa Mercadológica; Análise de Cenários; Apresentação dos Resultados.

Metodologia:

As aulas a distância serão realizadas em vídeo aulas, material disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), atividades de apoio para exploração e enriquecimento do conteúdo trabalhado, fóruns de discussão, atividades de sistematização, avaliações e laboratórios práticos virtuais.

Recursos Didáticos:

Livro didático;
Vídeo aula;
Fóruns;
Estudos Dirigidos (Estudo de caso);
Experimentos em laboratório virtual;
Biblioteca virtual;
Atividades em campo.

Conteúdo Programático:

APRESENTAÇÃO
OBJETIVOS
METODOLOGIA
PROCESSO AVALIATIVO

Sistema de Avaliação:

Realização de Estudos Dirigidos (postagem de atividades), conforme os critérios definidos em cada disciplina, com distribuição de 100 pontos.

Recuperação: Liberação de 01 novo envio da atividade.

Bibliografia Principal:

CHURCHILL JR, Gilbert A.; PETER, J. Paul Marketing: criando valor para os clientes. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2012. ISBN 978-85-02-18360-5. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502183605/cfi/0>>. Acesso em 12 de novembro de 2021.
KOTLER, Philip. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012. ISBN 9785-85-8143-000-3. Disponível em: <<https://bv4.digitalpages.com.br/?term=Marketing&searchpage=1&filtro=todos&from=busca&page=0§ion=0#/edicao/3323>>. Acesso em: 13 de novembro de 2021.
McDANIEL, Jr., Carl; GATES, Roger. Fundamentos de pesquisa de marketing. 2.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2005. ISBN 85-216-1437-3. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2373-1/cfi/0!/4/2@100:0.00>>. Acesso em 12 de novembro de 2021.

Bibliografia Complementar:

LACHTERMACHER, G. Pesquisa Operacional na Tomada de Decisões. Modelagem em Excel. Rio de Janeiro: Campus, 2006.
KOTLER, Philip. Marketing. São Paulo: Saraiva, 2013. ISBN 978-85-02-2136-3. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502213623/cfi/0>>. Acesso em 12 de novembro de 2021.
DIAS, Marco Aurélio P. Administração de materiais: uma abordagem logística. 4a ed. São Paulo: Atlas, 1993.
ZENONE, Luiz Claudio. Marketing: conceitos, ideias e tendências. São Paulo: Atlas, 2013. ISBN 978-85-224-7433-2. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522476428/cfi/0!/4/2@100:0.0>>. Acesso em 12 de novembro de 2021.
CRAVENS, D. W.; PIERCY, N. F. Marketing estratégico. 8. ed. Porto Alegre: McGraw-Hill, 2007. 752p. ISBN 9788586804632..

Por ser verdade, firmo o presente documento.
Ipatinga/MG - 24 de Abril de 2025


Thyciane Alviera Gonsalves Freitas
Secretária Acadêmica