

FABEL - FACULDADE DE BELÉM  
CURSOS TECNOLÓGICOS

**Disciplina: MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA EM MARKETING**

**OBJETIVO:** Garantir o desenvolvimento de projetos integradores entre componentes curriculares e módulos distintos. Utilizar métodos e técnicas adequadas. Despertar a consciência do aluno para o trinômio Marketing, pesquisa e Ética.

**EMENTA:** A importância da pesquisa no marketing contemporâneo. A pesquisa de mercado e sistema de informação de Marketing. Natureza da pesquisa de mercado. Metodologia de pesquisa, fontes de informação. Método de coleta de informações. Projeto de pesquisa. Questionário. Amostragem. Obtenção e análise de dados. Relatório de pesquisa. Aplicação da pesquisa. Institutos de pesquisa de marketing.

**PROGRAMA:**

**UNIDADE I:** Pesquisa de Marketing.

- 1- O papel da pesquisa;
- 2-Fatores que influenciam as decisões da pesquisa;
- 3-Ética na pesquisa;

.

**UNIDADE II:** Pesquisa de Marketing na prática.

- 1-Pesquisa na prática
- 2-Processo da pesquisa de Marketing.
- 3- Projeto e implementação da pesquisa.
- 4- Pesquisa de marketing na internet

**UNIDADE III:** Comportamento do consumidor.

- 1-O consumidor
- 2- O consumidor na sociedade
- 3- O consumidor no processo de compra.
- 4-O consumidor na infância

**Bibliografia Básica:**

MATTAR, Fauze N. *Pesquisa de Marketing*. São Paulo: Atlas, 2000.

MCDANIEL JR., Carl; GATES, Roger. *Pesquisa de Marketing*. São Paulo: Thomson, 2003.

**Bibliografia Complementar:**

HAGUE, Paul, JACKSON, Peter. *Faça sua Própria Pesquisa de Mercado*. São Paulo: Nobel, s/d.

KARSAKLIAN, Eliane *Comportamento do Consumidor*. São Paulo: Atlas, 2004.

BOGMANN, Itzhak Meir. *Marketing de Relacionamento*. São Paulo: Nobel, 2000.