



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

INFORMAÇÃO Nº 153/2022/UFPR/R/SA/DEPECON

PROGRAMA DA DISCIPLINA DE ANÁLISE DE PESQUISA DE MERCADO - CÓDIGO SE327

Pré-requisito: Não tem.

Carga horária: 60 (sessenta) horas

Créditos: 04 (quatro)

Natureza: semestral

EMENTA

- “ Métodos de análise e de pesquisa mercadológica.
- “ Comportamento do consumidor.
- “ Mercados organizacionais.
- “ Segmentação de mercado.
- “ Teorias e sistemas de marketing.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Métodos de análise e de pesquisa mercadológica.

- 1.1. Estudo de mercado e Técnicas de Pesquisa.
- 1.2. Obtenção de informações, Amostragem, Dados Secundários.
- 1.3. Escolha dos métodos de previsões e aplicações.
- 1.4. Critérios de projeções, quantitativos e qualitativos.

2. Análise do comportamento do consumidor.

- 2.1. Teoria ordinal do consumidor, equilíbrio do consumidor.
- 2.2. As curvas preço-consumo e renda-consumo.
- 2.3. As equações da demanda e Coeficientes da elasticidade.
- 2.4. Mensuração da demanda de mercado.
- 2.5. Análise e projeção de demandas.

3. O Ambiente mercadológico.

- 3.1. Mercados consumidores e organizacionais

- 3.2. Comportamento de compra organizacional
- 3.3. Segmentação de mercado.
- 3.4. Posicionamento da oferta e o ciclo de vida do produto.

4. Teorias e Sistemas de Marketing.

- 4.1. Teoria e modelos, Generalizações de marketing.
- 4.2. Modelos de Sistemas de Marketing.
- 4.4. Modelos de Respostas de marketing.
- 4.5. Pesquisas de participações de mercado.

BIBLIOGRAFIA

- FLICK, U. – Uma introdução à Pesquisa Qualitativa. Porto Alegre, Bookman, 2005.
- HAGUE, P. & JACKSON, P. - Faça sua própria pesquisa de mercado. Nobel. São Paulo. 1997.
- KOTLER, P. & GARY, A. - Princípios de marketing. Rio de Janeiro, Ed. Prentice-Hall, 2008.
- LIVINGSTONE, J. M. - Pesquisa de mercado: Uma abordagem operacional. São Paulo, Atlas, 1989.
- MALHOTRA & Outros. – Introdução à Pesquisa de Marketing. SP. Prentice-Hall, 2001.
- MALHOTRA, N.K. – Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada. SP. Bookman, 2005.
- MARCONI, M. A. - Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas. São Paulo, Atlas, 1986.
- MATTAR, F. N. - Pesquisa de marketing. São Paulo, Atlas, 1996.
- SAMARA, B. S. e BARROS, C. B. - Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia. São Paulo, Prentice-Hall, 2007.
- TAGLIACARNE, G. - Pesquisa de mercado: técnica e prática. São Paulo, Atlas, 1978.

Departamento de Economia do Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná.
Confere com o original.

Curitiba, 04 de abril de 2022.



Documento assinado eletronicamente por **JOSE GUILHERME SILVA VIEIRA, CHEFE DO DEPARTAMENTO DE ECONOMIA - SA**, em 05/04/2022, às 11:27, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **4393934** e o código CRC **3AC78E40**.