



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

INFORMAÇÃO Nº 61/2022/UFPR/R/SA/DEPECON

PROGRAMA DA DISCIPLINA ANÁLISE E PESQUISA DE MERCADO

Ficha 1 (permanente)

Disciplina: Análise e Pesquisa de Mercado				Código: SE637				
Natureza: () Obrigatória Optativa		(x) Semestral		() Anual		() Modular		
Pré-requisito: SE600		Co-requisito: -		Modalidade: (x) Presencial () Totalmente EaD ()..... % EaD*				
CH Total: 60	Padrão (PD): 60	Laboratório (LB):	Campo (CP): 0	Estágio (ES): 0	Orientada (OR): 0	Prática Específica (PE): 0	Estágio Formação Pedagógica (EFP): 0	de
EMENTA (Unidade Didática) Métodos de coleta e análise de dados. Métodos de pesquisa mercadológica. Comportamento do consumidor. Segmentação de mercado. Teorias e sistemas de marketing. Estimativa de demanda de um produto ou serviço.								
Chefe de Departamento ou Unidade equivalente: José Guilherme Silva Vieira Assinatura: _____								

*OBS (1): ao assinalar a opção % EAD, indicar a carga horária que será à distância.

Art. 9º da Resolução 30/90 – CEPE

Padrão (PD): conjunto de estudos e atividades desenvolvidos fundamentalmente nos espaços de aprendizagem considerados padrão para as modalidades de ensino presencial e de educação à distância (EAD).

Laboratório (LB): conjunto de estudos e atividades desenvolvidos fundamentalmente em espaços de aprendizagem estabelecidos com infraestrutura especializada, tais como laboratórios, oficinas e estúdios.

Campo (CP): conjunto de estudos e atividades desenvolvidos fundamentalmente mediante atividades de campo.

Estágio (ES): conjunto de estudos e atividades desenvolvidos fundamentalmente em ambientes de trabalho mediante estágios regulados pela Lei nº 11.778, de 25 de setembro de 2008.

Orientada (OR): conjunto de estudos e atividades direcionados à vivência na atuação acadêmica e/ou profissional, em seus mais amplos aspectos, desenvolvidos em espaços educacionais internos e/ou externos à UFPR, com a participação direta de docente responsável.

Práticas Específicas (PE): conjunto de atividades de natureza prática, desenvolvidas em ambientes que apresentem restrições ao quantitativo de alunos por docente e que exijam controle rigoroso envolvendo questões de segurança, dignidade, privacidade e sigilo e/ou atenção do docente individualizada ou a pequenos grupos para desenvolvimento do processo de ensino-aprendizagem, com a participação direta do docente responsável.

Estágio de Formação Pedagógica (EFP): conjunto de estudos e atividades desenvolvidas fundamentalmente no âmbito da educação básica, sob a forma de “práticas de docência” e “práticas pedagógicas de organização do trabalho escolar”, envolvendo a orientação direta docente em ações que vão desde a intermediação no acordo de colaboração entre a UFPR e os estabelecimentos de ensino, até o acompanhamento sistemático e processual do planejamento, da execução e da avaliação das atividades desenvolvidas pelos licenciandos, o que requer o contato contínuo e presencial do professor nos diferentes campos de estágio e conseqüentemente a limitação de alunos por turma.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FLICK, U. Uma introdução à Pesquisa Qualitativa. Porto Alegre, Bookman, 2005.

MALHOTRA, N.K. Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada. 6. ed Porto Alegre: Bookman, 2012.

MATTAR, F. N. Pesquisa de marketing. 5. ed. atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

KEEGAN, Warren J; GREEN, Mark C. Princípios de marketing global. São Paulo: Saraiva, 1999.

KOTLER, P. & GARY, A. Princípios de marketing. 12.ed. São Paulo: Prentice Hall do Brasil, 2007.

GUJARATI, D. N.; PORTER, D. C. Econometria Básica. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

WOOLDRIDGE, J. Introdução à Econometria: uma abordagem moderna. São Paulo: Cengage, 2018.

SAMARA, B. S. e BARROS, C. B. SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, Jose Carlos de. Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia. 3. ed. São Paulo: Makron Books do Brasil, 2002. São Paulo, Prentice-Hall, 2007.

Confere com o original.

Departamento de Economia do Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná.



Documento assinado eletronicamente por **JOSE GUILHERME SILVA VIEIRA, CHEFE DO DEPARTAMENTO DE ECONOMIA - SA**, em 01/04/2022, às 21:29, conforme art. 1º, III, "b", da Lei 11.419/2006.



A autenticidade do documento pode ser conferida [aqui](#) informando o código verificador **4387155** e o código CRC **EB05A75B**.
