

Plano de Ensino

CAMPUS DIVINÓPOLIS

DISCIPLINA: PESQUISA DE MERCADO E BRANDING

CÓDIGO: G05PMBR0.01

Início: **03/2023**

Carga Horária: Total: 30 horas/aula Semanal: 02 aulas/aula Créditos: 02

Natureza: Prática-Teórico/Obrigatória

Área de Formação - DCN: Específica

Competências/habilidades a serem desenvolvidas: Não se aplica

Departamento que oferta a disciplina: Departamento de Informática, Gestão e Design

Ementa:

Conceitos fundamentais de estudos de mercado. Principais metodologias (quantitativas e qualitativas). Estratégias para obtenção de informação (internas, externas, primárias e secundárias). Etapas da pesquisa. Tipos de pesquisas. Elaboração do *briefing*. Elaboração de estudos completos (quantitativo e qualitativo). Métodos para coleta de dados e trabalho de campo. Análise e desenho de relatório. Pesquisa de mercado pela internet. Estudo de casos aplicados.

--

Curso(s)	Período	Eixo	Obrigatória	Optativa
Design de Moda	7º	Gestão e Comunicação em Moda	X	

INTERDISCIPLINARIDADES

Prerrequisitos

Marketing e Comunicação de Moda Moda, Semiótica e Comunicação

Correquisitos

Não há.

Objetivos: *A disciplina deverá possibilitar ao estudante*

1	Aprender ferramentas de pesquisa de mercado qualitativa e quantitativa.
2	Pensar estrategicamente na gestão de marcas no mercado competitivo, identificando o posicionamento de uma empresa, produto ou serviço, de acordo com o seu ciclo de vida.
3	
4	
5	

Plano de Ensino

Unidades de ensino		Carga-horária Horas/aula
1	UNIDADE 1 – Marketing para o século XXI Evolução do Marketing e da Moda: Marketing 1.0; Marketing 2.0; Marketing 3.0; Marketing 4.0; Marketing 5.0 Marketing 4.0: do tradicional ao digital: o que muda? Marketing 5.0: Marketing 5.0: a integração entre tecnologia e fator humano Tendências e tarefas do marketing 5.0	2
2	UNIDADE 2 – Mercados e Ambientes de Marketing Sistema de Informação de Marketing Análise do Microambiente de Marketing Análise do Macroambiente de Marketing Papel da pesquisa de mercado no SIM	4
3	UNIDADE 3 – Pesquisa de Mercado Pesquisa de mercado: conceitos, fundamentos e aplicabilidade Metodologias, fontes de informação e tipos de pesquisa Classificação da pesquisa de mercado A função da pesquisa de mercado na tomada de decisões gerenciais Etapas da pesquisa de marketing	8
4	UNIDADE 4 – Estudos de Casos de Pesquisas aplicadas à Moda	2
5	UNIDADE 5 – Pesquisa de Mercado em Processo Definição do problema, dos objetivos da pesquisa e de uma abordagem Desenvolvimento do plano de pesquisa Execução: elaboração de questionários e formulários, coleta de dados Análise das informações Construção de relatórios Apresentação dos resultados Tomada de decisão	8
6	Atividades Avaliativas – a serem realizadas ao longo do semestre	6
Total		30

Plano de Ensino

Bibliografia Básica

1	CASTRO, Guilherme Caldas et al. Comportamento do consumidor e pesquisa de mercado . Rio de Janeiro: FGV, 2005.
2	MATTAR, F.N. Pesquisa de marketing . São Paulo: Atlas, 1996.
3	AAKER, David A. Marcas: brand equity gerenciando o valor da marca. Campus, 1998.

Bibliografia Complementar

1	AAKER, D.A., KUMAR, V., DAY, G.S. Pesquisa de marketing . São Paulo: Atlas, 2001.
2	BARNARD, M. Moda e comunicação . Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
3	BOOTH, Wayne C. A arte da pesquisa . São Paulo: Martins Fontes, 2005.
4	COOPER, Donald R.; SCHINDLER, Pamela S. Métodos de pesquisa em administração . 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.
5	MALHOTRA, Naresh. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada . Porto Alegre: Bookman, 2001.
6	ZIKMUND, William G. e BABIN, Barry J. Princípios da pesquisa de marketing . São Paulo: Cengage Learning, 2011.



Emitido em 20/02/2023

PLANO DE ENSINO Nº 139/2023 - DIGDDV (11.60.04)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 20/02/2023 14:19)

CLICIA FERREIRA MACHADO

PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO

DIGDDV (11.60.04)

Matrícula: ###583#0

(Assinado digitalmente em 27/02/2023 14:48)

EDILSON HELIO SANTANA

COORDENADOR - TITULAR

CDMODDV (11.51.25)

Matrícula: ###507#3

Visualize o documento original em <https://sig.cefetmg.br/documentos/> informando seu número: **139**, ano: **2023**, tipo: **PLANO DE ENSINO**, data de emissão: **20/02/2023** e o código de verificação: **01baa3e686**