

Pesquisa Aplicada à Gestão

Nome do Componente Curricular: Pesquisa Aplicada à Gestão	
Carga Horária: 67 horas	04 horas aulas semanais
EMENTA Pesquisa em Gestão: principais conceitos. Objetivos de pesquisa: Problema de pesquisa; Objetivo geral; Objetivos específicos. Tipos de Pesquisa e fontes de dados; Qualitativa: principais métodos; Quantitativa: principais métodos; Experimentos. Etapas para aplicação de pesquisa em gestão. Amostragem. Desenvolvimento de Questionários. Tabulação e Codificação de Dados. Elaboração de tabelas, gráficos e relatório de pesquisa. Comunicação de resultados.	
BIBLIOGRAFIA BÁSICA: AAKER, David A. Pesquisa de Marketing . 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011. COBRA, M. Administração de Marketing no Brasil . 3. ed. São Paulo: Campus, 2009. SAMARA, B. S., BARROS, J.C. Pesquisa de Marketing: Conceitos e Metodologia . 4ª Ed. São Paulo: Pearson Education, 2007.	
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR: FARIA, I. S. Pesquisa de Marketing, teoria e prática . São Paulo: M. Books, 2008. FLICK, Uwe. Introdução a Pesquisa Qualitativa . 3ª ed. São Paulo: Artmed e Bookman, 2009. KOTLER, Philip. Administração de Marketing . 14. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2012. MALHOTRA, Naresh K. Introdução à Pesquisa de Marketing . São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2005. MATTAR, Fauze N. Pesquisa de Marketing . 5. ed. São Paulo: Campus, 2012.	