

1. Unidade Curricular (máx. 100 caracteres)

Técnicas de pesquisa de marketing

Curricular Unit (máx. 100 caracteres)

Marketing Research Techniques

2. Ciclo de Estudos (máx. 100 caracteres)

CO - Comunicação Organizacional (1º ciclo licenciatura)

Study Cycle (máx. 100 caracteres)

CO - Organizational Communication (1st cycle)

3. Percurso Alternativo (máx. 80 caracteres)

Comunicação de Marketing

Branche Option (máx. 80 caracteres)

Marketing communication

4. Ano Letivo / Academic Year – 2012/2013

5. Ano Curricular - 2 / Curricular Year - 2

6. Semestre / Semester – 2º

7. Nº ECTS / Number of ECTS - 2

8. Área Científica (máx. 50 caracteres) - **Ciências Comunicação, Organizações e dos Media**

Scientific Area (máx. 50 caracteres) – **Communication, Organization and Media Sciences**

9. Tempo de Trabalho (horas) / Working hours:

Horas de Contato (Contact hours)							
TOTAL	T	TP	PL	TC	S	E	OT
56		24					

10. Código (Serviço de Gestão Académica) - 280002

11. Autor(es) do programa (máx. 500 caracteres)

João Daniel Faria Gomes Moraes

12. Aprovação em Área Científica (data da reunião dd/mm/aaaa) – 26/09/2012

Nota: De acordo com a Decisão do CTC os Programas são válidos por três anos letivos)

13. Aprovação em Conselho Científico (data da reunião dd/mm/aaaa) – 24/10/2012

Nota: De acordo com a Decisão do CTC os Programas são válidos por três anos letivos)

14. Docente responsável e respetiva carga letiva na unidade curricular (preencher o nome completo) / Responsible academic staff member and lecturing load in the curricular unit (fill in the full name) (máx. 1000 caracteres)

João Daniel Faria Gomes Moraes (24h)

15. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular (máx. 1000 caracteres)

Other academic staff and lecturing load in the curricular unit (máx. 1000 caracteres)

16. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes) (máx. 1000 caracteres)

Adquirir as competências necessárias que permitam efectuar uma pesquisa de marketing

Learning outcomes of the curricular unit (máx. 1000 caracteres)

Developing the skills to make a marketing research

17. Conteúdos Programáticos (máx. 1000 caracteres)

- 1. Introdução e fases iniciais da pesquisa de Marketing**
 - 1.1. Definição de Pesquisa de Marketing**
 - 1.2. Desenvolvimento da pesquisa de marketing como profissão**
 - 1.3. O uso da pesquisa de marketing**
- 2. O processo de pesquisa**
 - 2.2. Fontes de informação**
 - 2.3. Escolha das abordagens de pesquisa**
 - 2.4. Planear o método de pesquisa**
 - 2.5. Condução da pesquisa**
 - 2.6. Abordagens de pesquisa**
 - 2.6.1. Pesquisa descritiva**
 - 2.6.2. Pesquisa exploratória**
 - 2.6.3. Pesquisa causal**
 - 2.7. Métodos de pesquisa**
 - 2.7.1. Pesquisa quantitativa vs. qualitativa**
 - 2.7.2. Metodologias de pesquisa**
- 3. Determinação da questão de pesquisa**
 - 3.1. Definição do processo crítico**
 - 3.2. A questão de pesquisa**
- 4. O propósito da pesquisa**
- 5. Dados secundários**
- 6. Pesquisa qualitativa**
- 7. Análise de dados e a apresentação do relatório**

Syllabus (máx. 1000 caracteres)

- 1. Introduction to marketing research**
 - 1.1. Defining marketing research**
 - 1.2. The development of marketing research as a profession**
 - 1.3. The uses of marketing research**
- 2. The research process**
 - 2.1. Determine the research question**
 - 2.2. Sources of information**
 - 2.3. Choose the research approach**
 - 2.4. Planning the research method**
 - 2.5. Conducting research and reporting findings and recommendations**
 - 2.6. Research approaches**
 - 2.6.1. Descriptive research**
 - 2.6.2. Exploratory research**
 - 2.6.3. Causal research**
 - 2.7. Research methods**
 - 2.7.1. Quantitative vs. qualitative research**
 - 2.7.2. Research methodologies**
- 3. Determining the research question**
 - 3.1. Critical thinking process**
 - 3.2. Purpose of the research question and writing the question**
- 4. The research proposal**
- 5. Secondary data**
- 6. Qualitative research**
- 7. Analysing and reporting findings**

18. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos da unidade curricular (máx. 1000 caracteres)

Os conteúdos programáticos estão em coerência com os objectivos definidos para a unidade curricular. Dessa forma os conteúdos abordados irão permitir a aquisição das competências necessárias para fazer uma pesquisa de marketing

Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's objectives

The syllabus is consistent with the different objectives of the curricular unit. Thus the subjects covered will allow the acquisition of skills needed to build a brand, defining for such a process and a set of actions to developing a marketing research plan.

19. Metodologias de ensino (avaliação incluída) (máx. 1000 caracteres)

Os conteúdos programáticos serão desenvolvidos mediante a combinação de sessão expositivas com sessões práticas e a resolução de exercícios ou análise e discussão de casos.

A avaliação compreende a realização de um trabalho de grupo (50%) e um teste individual (40%). A presença e a participação nas aulas terão também uma ponderação de 10%. O exame final a esta disciplina é composto por um teste escrito (50%) e por um trabalho com a mesma ponderação.

Teaching methodologies (including evaluation) (máx. 1000 caracteres)

The theoretical contents of the curricular unit will be presented through theory lectures and theoretical/practical for resolution of exercises or discussion and analysis of case studies.

The assessment includes a group work (50%) and an individual test (40%). Presence and participation will count for 10% of the final grade.

The final examination of this assignment consists in a written test (50%) and work with the same weight.

20. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular (máx. 3000 caracteres)

A metodologias de ensino é coerente face aos objectivos da unidade curricular pois a exposição dos conteúdos programáticos associada à apresentação de casos práticos e à resolução de exercícios permitirá uma correcta compreensão dos mesmos.

Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes (máx. 3000 caracteres)

The teaching methodology is consistent with the objectives of the curricular unit because the exposure of the syllabus associated with presentation of case studies and exercises resolution will allow a correct understanding of the subject.

21. *Bibliografia Principal / Main Bibliography* (máx. 1000 caracteres)

KOTLER, P. e KELLER, K. L., 2005. Administração de marketing, 12ª ed.. S.Paulo; Prentice Hall

MALHOTRA, N. K. e ROCHA, I., 2006. introdução à pesquisa de marketing. S.Paulo; Prentice Hall

MALHOTRA, N. K., 2001. Pesquisa de marketing, uma orientação aplicada, 3ª ed.. Porto Alegre: Bookman.

22. *Sinopse Pública* (máx. 500 caracteres)

Com esta disciplina pretende-se que os alunos aprendam a terminologia, os conceitos e a sua definição, bem como as metodologias de forma a adquiram a capacidade de análise que lhes permita decidir sobre questões que lhes sejam colocadas ou que lhes possam aparecer no domínio da pesquisa de mercados

Public Synopsis (máx. 500 caracteres)

This assignment aims to have students learn the terminology, concepts and its definition, as well as the methodologies in order to acquire the capacity for analysis that allows them to decide on questions put to them or they may appear in market research.