

Instituto Politécnico de Macau
Escola Superior de Ciências Aplicadas
Curso de Licenciatura em Relações Comerciais China-Países
Lusófonos

Programa da Unidade Curricular

Ano Letivo 2020/2021

1º Semestre

Unidade Curricular	Estudos de Mercado			Código	MRKT4112-411
Pré-requisito	Não tem				
Língua Veicular	Português			Créditos	3
Aulas Teóricas	45 horas	Aulas Práticas	---	Total de Horas	45 horas
Docente	Susana Mieiro		Correio Electrónico	susanamieiro@ipm.edu.mo	
Gabinete	P257, Edifício Jubileu de Pérola, Taipa		Telefone	8893-6216	

Objetivos Gerais

Esta unidade curricular (u.c.) tem como objetivo geral demonstrar a importância da pesquisa de mercado como ferramenta para a tomada de decisão. Para tal serão analisadas as principais etapas da pesquisa de mercado (ver objetivos específicos).

Objetivos Específicos

Ao completar a unidade curricular, os alunos deverão estar aptos a:

1. Definir o problema;
2. Identificar os objetivos da pesquisa de mercado;
3. Identificar os *designs* da pesquisa de mercado;
4. Compreender os processos para a recolha de dados;
5. Escolher o método adequado para a recolha de dados;
6. Desenvolver um questionário;
7. Compreender as técnicas de amostragem;

8. Selecionar a amostra para casos concretos;
9. Processar e Tratar os dados;
10. Analisar os resultados através da aplicação de técnicas estatísticas;
11. Relacionar o processo de tomada de decisão com a pesquisa de mercado;
12. Conhecer os métodos de raciocínio ético na condução de pesquisas de mercado.

Conteúdos

1. Módulo 1 - Introdução (6 horas de aulas)
 - 1.1 Enquadramento da disciplina
(COMPREENDER a organização da u.c., os temas a abordar ao longo do semestre, a bibliografia principal, e as componentes de avaliação).
 - 1.2 O Processo de Pesquisa de Mercado
(COMPREENDER e RELACIONAR as diferentes fases to processo de pesquisa de mercado)

2. Módulo 2 – A Definição do Problema (6 horas de aulas)
 - 2.1 Passos na formulação de um problema
(DOMINAR o processo de formulação de um problema)
 - 2.2 Pesquisa exploratória
(ESPECIFICAR as características-chave da pesquisa exploratória)
(DESCREVER as utilizações básicas da pesquisa exploratória)

3. Módulo 3 – A Recolha de Dados (6 horas de aulas)
 - 3.1 Recolha de Dados Primários Descritivos
(COMPREENDER os objetivos e as especificações da pesquisa descritiva)
 - 3.2 Recolha de Dados Secundários
(COMPREENDER o processo de pesquisa de dados secundários publicados)

4. Workshop Prático: Preparação do Projeto de Equipa (3 horas de aulas)
(CONCEBER os primeiros passos de uma mini-pesquisa de mercado)

5. Módulo 4 – A Análise de Dados (4.5 horas de aulas)
 - 5.1 Preparação dos Dados para Análise
(COMPREENDER o processo de preparação de dados para Análise)
 - 5.2 Análise e Interpretação dos Dados
(DESCREVER várias técnicas de análise dos dados)
(INTERPRETAR os resultados da análise)

- | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| 6. Revisões e Teste de Avaliação Intermédia
(<i>DOMINAR os conteúdos dos módulos 1 a 4</i>) | (4.5 horas de aulas) |
| 7. Correção do Teste de Avaliação Intermédia
(<i>CONSOLIDAR os conteúdos dos módulos 1 a 4</i>) | (1.5 horas de aulas) |
| 8. Módulo 5 – A Apresentação dos Resultados
8.1 A Apresentação Oral
(<i>PREPARAR o Relatório Oral</i>)
8.2 A Apresentação do Relatório Escrito
(<i>PREPARAR o Relatório Escrito</i>) | (4.5 horas de aulas) |
| 9. Apresentação e Discussão dos Projetos de Equipa
(<i>APRESENTAR uma mini-pesquisa de mercado</i>) | (3 horas de aulas) |
| 10. Revisões para o Exame Final
(<i>CONSOLIDAR os conteúdos estudados</i>) | (3 horas de aulas) |
| 11. Exame Final | (3 horas de aulas) |

Método de Ensino

Formato interativo que combina o ensino teórico com discussão em sala de aula, complementado com exercícios práticos, estudos de casos, vídeos e apresentações.

Os alunos:

- serão estimulados a trabalhar em equipa para responder a mini-questionários, analisar estudos de casos e preparar o Projeto de Equipa;
- deverão preparar leituras / exercícios individuais para discussão na aula.

Está também planeado um Workshop Prático, onde os alunos terão a oportunidade de trabalhar de forma guiada em partes específicas do seu Projeto de Equipa: Elaboração de uma Mini-Pesquisa de Mercado.

Assiduidade dos Alunos

A assiduidade às aulas rege-se pelo disposto no “Regulamento Pedagógico dos Cursos Conferentes do Grau de Licenciado do Instituto Politécnico de Macau” .

Avaliação

A nota é atribuída em termos percentuais, sendo 100 a pontuação máxima e 50 a nota positiva mínima.

	Item		Descrição	Percentagem
1.	PA	Participação	Participação ativa nas atividades das aulas e resolução de mini-questionários de equipa (ponderados pela avaliação dos pares).	15%
2.	PE	Projeto de Equipa	Ver “Orientações para o PE”; ponderado pela avaliação dos pares.	20%
3.	TI	Teste Intermédio	Teste de Avaliação Intermédia Sem Consulta.	20%
4.	EF	Exame Final	Exame de Avaliação Final Sem Consulta.	45%
Total de Percentagem:				100%

Qualquer aluno que obtenha menos de 35% no exame final terá de prestar o exame suplementar, independentemente da nota final.

Material de Estudo

Manual

Brown, T. J., Suter, T. A., & Churchill, G. A. (2018). *Basic Marketing Research* (9th ed.). Boston: Cengage Learning.

Obras de Referência

Lopes, J. L. (2011). *Fundamental dos Estudos de Mercado – Teoria e Prática* (2ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo.

Smith, S. M., & Albaum, G. S. (2013). *Basic Marketing Research: Building Your Survey*. Provo: Qualtrics Labs Inc.

Periódico(s)

- International Journal of Market Research (IJMR): <https://journals.sagepub.com/home/mre>
- Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia (PMKT): <http://www.revistapmkt.com.br/>

Sítios da Internet

- ESOMAR- The World Association of Research Professionals: <https://www.esomar.org/>
- Grupo Marktest: <https://www.marktest.com/wap/>
- Associação Brasileira de Pesquisadores de Mercado, Opinião e Mídia (ASBPM): <http://www.asbpm.org.br/index.asp>

Serão distribuídos aos alunos outros materiais de estudo considerados pertinentes ao desenvolvimento das aulas.

Nota: Os avisos importantes referentes a esta u.c. serão feitos na sala de aula, por e-mail (conta do IPM), **ou** *MPI Canvas*. Os alunos são responsáveis por verificar estas fontes de informação regularmente.