

# UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

**ARV12970 - PESQUISA DE OPINIÃO: MÉTODO E FUNÇÃO 2019/2**

**Prof: Dr. Dario de Azevedo Nogueira Júnior**

Carga Horária Semestral: 60 horas : Teórica:45 Exercício:0 Laboratório:15

## **! OBJETIVO DA DISCIPLINA:**

**Geral:** 1.1 Desenvolver estudos acerca de pesquisa de opinião no sentido de observar as limitações e a possível influência das técnicas de sondagem nas tomadas de decisão administrativa;1.2 Analisar alguns estudos de casos institucionais (atendimento ao público, avaliações quantitativas e qualitativas entre outros);1.3 Analisar aplicabilidade de questionários conforme a metodologia de perguntas diretas e não diretas;1.4 Análise de conteúdo das pesquisas que são vinculadas na mídia.

**Específico:** 1.5 Promover o conhecimento e o debate teórico sobre pesquisa de opinião/mídia/público; 1.6 Estudar as aplicabilidades de questionários e tipos de pesquisa;1.7 Estudar o planejamento e aplicabilidade de pesquisa no contexto de gestão; 1.8 Desenvolver um estudo prático de pesquisa de opinião.

## **2 EMENTA DA DISCIPLINA:**

Introdução aos conceitos de pesquisa de opinião pública, a formação do público, técnicas de pesquisa de opinião pública. A Comunicação e seu papel na formação da opinião pública, instrumentos de pesquisa, institutos de pesquisa.

## **METODOLOGIA**

- Aulas expositivas;
- Leituras de textos;
- Análises de cases;
- Desenvolvimento e orientação de pesquisa de sondagem.

## **ETAPAS METODOLÓGICAS**

- Estudo teórico das técnicas de Pesquisa de opinião.
- Estudo das Teorias da Comunicação.

## **AValiação**

- Avaliação em grupo: trabalho prático a ser realizado durante as aulas;
- Avaliação individual: frequência e participação nas discussões.

## **BIBLIOGRAFIA:**

AAKER, David, e outros. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas, 2001.

BREEN, George E., BLANKENSHIP, Albert B. Pesquisa de mercado. São Paulo: Makron Books, 1993.

BOURDIEU, Pierre. A opinião pública não existe. In THIOLENT, Michel. Crítica metodológica, investigação social e enquete operária. São Paulo, Polis, 1982

BOURDIEU, Pierre. Os doxósofos In THIOLENT, Michel. Crítica metodológica, investigação social e enquete operária. São Paulo, Polis, 1982.

CHURCHILL JR, Gilbert A, J. Paul Peter. Marketing: Criando Valor para os Clientes. São Paulo: Editora Saraiva, 2000. COTRIM, Sérgio P. de Queiroz. Contato Imediato com Pesquisa de Propaganda. São Paulo: Global, 1988.

## **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: A edição do Novo Milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LIVINGSTONE, James McCardle. Pesquisa de mercado: uma abordagem operacional. São Paulo: Atlas, 1982.

MARCONI, Marina de A. & LAKATOS, Eva Maria. Técnicas de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1988.

MALHORTA, Naresh K. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Bookman, 2001.

MATTAR, Fauze Nagib. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas, 2000.

MAZZON, J. A., GUAGLIARDI, J. Marketing: aplicações de métodos quantitativos. São Paulo: Atlas, 1983.

SILVA, Nilza Nunes. Amostragem Probabilística. São Paulo: Edusp, Série Acadêmica 18, 1998.

TRUJILLO, Victor. Pesquisa de Mercado Qualitativa e Quantitativa. São Paulo: Scortecci, 2001.