



ELABORAÇÃO E APLICAÇÃO DE PESQUISA DE MARKETING NO CAMPUS BARRA DO PIRAÍ

Aluiz Henrique Marques Linhares¹

Dados de Identificação

Cursos: Administração – *campus* Barra do Pirai - UGB/FERP

Disciplina: Administração Mercadológica II

Série: 3º Período

Objetivos da Ação

Atender a ementa da disciplina, mas de forma a permitir ao discente contato com a prática da pesquisa de marketing e suas atividades

Conteúdos Trabalhados

Sistemas de Informação de Marketing, Pesquisa de Marketing, Fontes de Informação; Sistema de Suporte à Decisão; Pesquisa de Marketing, O Processo de Pesquisa de Marketing; Tipos de Pesquisa de Marketing Classificação de Pesquisa de Marketing, Construção de questionários.

¹ Especialista Gestão de Projetos pela Centro Universitário de Volta Redonda e docente do UGB/FERP.

Procedimentos

- Após a aplicação do conteúdo proposto pela ementa o professor propôs aos estudantes a aplicação de uma pesquisa de marketing real a fim de avaliar se determinado produto/serviço era viável para comercialização no campus Barra.
- Os alunos foram divididos em grupos e, cada grupo, selecionou um produto a ser pesquisado sendo definidas as seguintes opções:
 - a) Comida (lanche)
 - b) Bebida
 - c) sobremesa
- Inicialmente os alunos procuraram o professor Marcos da disciplina de Estatística a fim de identificarem o cálculo da amostragem a ser pesquisada. Com essa informação iniciaram uma primeira pesquisa a fim de identificar qual seria a preferência dos consumidores em relação as categorias pesquisadas.
- Os resultados dessa primeira pesquisa foram apresentados ao professor e a partir daí os alunos desenvolveram os seguintes produtos:
 - a) Bebida achocolatada
 - b) Mini Pizza
 - c) Suco Natural
 - d) Doces fitness
- Com estes produtos em desenvolvimento os grupos realizaram uma nova pesquisa para identificar pontos fortes, fracos, conceitos de embalagem, preparo e pontos de melhoria a partir das respostas dos consumidores.
- Por fim os alunos realizaram apresentação final do projeto a fim de defenderem a viabilidade do produto.

Resultados

- Os alunos conseguiram observar os principais passos para elaboração de uma pesquisa de marketing.

- Tiveram contato com disciplina correlata a fim de aplicar o conhecimento nos cálculos estatísticos.
- Produziram protótipo dos produtos e realizaram pesquisa de degustação para avaliar a receptividade do público.
- Foram capazes de tomar decisões a partir do resultado da pesquisa.