

PESQUISA MERCADOLÓGICA E ORGANIZACIONAL – 3º SEMESTRE
PROF^a LUCIANA MOURÃO

Atividade - Unidade 1

INSTRUÇÕES PARA A REALIZAÇÃO DA ATIVIDADE

Nessa unidade você está aprendendo sobre a importância das pesquisas mercadológicas e organizacionais e sobre o processo de planejamento das mesmas.

A primeira atividade da nossa disciplina é bem simples, vocês devem:

- 1) Ler o texto "A importância da pesquisa de marketing para a micro e pequena empresa", que foi publicado na Revista FAE BUSINESS, número 8, em maio de 2004.
- 2) Discutir no grupo as duas questões apresentadas a seguir, respondendo, em grupo, de forma completa, cada uma delas e apresentando os argumentos para cada resposta.
- 3) O líder deverá enviar a conclusão para o meu e-mail (Prof^a Luciana Mourão – Disciplina Pesquisa Mercadológica e Organizacional), dentro do prazo estabelecido em mensagem no fórum da disciplina.

QUESTÕES A SEREM RESPONDIDAS

Questão 1) Considerando a Figura 1, explique o Sistema de Pesquisa de Marketing, apontando:

- os objetivos da pesquisa de marketing,
- os públicos-alvo das pesquisas,
- as fontes que geralmente são consultadas,
- as variáveis de marketing que são controladas (podem ser influenciadas pela pesquisa)
- os fatores ambientais não-controláveis (que precisam ser pesquisados, pois podem influenciar o mercado).

Questão 2) Explique por que o exemplo da empresa paranaense RICSEN pode ser considerado um caso de sucesso de uso de pesquisa de marketing.