



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA



FICHA DE COMPONENTE CURRICULAR

CÓDIGO:	COMPONENTE CURRICULAR: Atividades Curriculares de Extensão em Administração I	
UNIDADE ACADÊMICA OFERTANTE: Faculdade de Administração, Ciências Contábeis, Engenharia de Produção e Serviço Social		SIGLA: FACES
CH TOTAL TEÓRICA: 00 horas	CH TOTAL PRÁTICA: 90 horas	CH TOTAL: 90 horas

1. **OBJETIVOS**

Desenvolver ações e atividades de extensão na área de Marketing com a finalidade de potencializar a formação integral dos estudantes para a sua formação profissional, tendo como alvo a transformação social e econômica da comunidade local, considerando-se neste contexto a indissociabilidade do ensino e da pesquisa no processo de execução da extensão.

2. **EMENTA**

Atividades curriculares de extensão em marketing: projeto, processo e execução. Abordagem de temas relevantes de marketing, com ênfase em: métodos e técnicas de pesquisa de mercado; comportamento do consumidor; mercados organizacionais; segmentação e posicionamento e *market share*. Análise e apresentação de resultados de pesquisa de mercado.

3. **PROGRAMA**

1. Atividades curriculares de extensão: teoria e prática
2. A indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão
3. Atividades curriculares de extensão em marketing: projeto e processo
4. Pesquisa de mercado e comportamento do consumidor
5. Pesquisa de mercado em mercados organizacionais
6. Pesquisa de mercado para segmentação e posicionamento
6. Pesquisas de *market share*
7. Atividades curriculares de extensão em marketing: ação, execução e avaliação.

4. BIBLIOGRAFIA BÁSICA

FRANTZ, W. **As funções sociais da universidade: o papel da extensão e a questão das comunitárias**. Ijuí: UNIJUÍ, 2002.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma Orientação Aplicada**. 6 ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing: edição compacta**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

5. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

LIVINGSTONE, J. M. **Pesquisa de mercado: Uma abordagem operacional**. São Paulo, Atlas, 1982.

MALHOTRA, N. K. et. al. **Introdução à pesquisa de marketing**. São Paulo: Prentice-Hall, 2005.

McDANIEL, C.; GATES, R. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

ROCHA, R. M. G. **Extensão universitária: bibliografia brasileira**. Rio de Janeiro: Fórum de Pró-reitores de Extensão Universitária das Universidades Públicas Brasileiras, 1995. 60 p.

TAGLIACARNE, G. **Pesquisa de mercado**. São Paulo: Atlas, 1978.

6. APROVAÇÃO

Profa. Dra. Jussara Goulart da Silva
Coordenadora do Curso de Administração
Portaria SEI R. 1.180 de 30 de março de 2021

Profa. Dra. Edileusa da Silva
Diretora da FACES
Portaria SEI R nº 499/2018



Documento assinado eletronicamente por **Jussara Goulart Da Silva, Coordenador(a)**, em 01/04/2022, às 20:45, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Edileusa da Silva, Diretor(a)**, em 01/04/2022, às 20:52, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3431243** e o código CRC **B81BDEEA**.