

## Plano de Ensino

### Curso

1903N - Comunicação Social: Relações Públicas

### Ênfase

### Identificação

---

#### Disciplina

0003223 - Teoria e Pesquisa de Opinião Pública I

#### Unidade

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

#### Departamento

Departamento de Comunicação Social

<b>Créditos</b>	<b>Carga Horaria</b>	<b>Seriação ideal</b>
4	60	2

#### Pré - Requisito

#### Co - Requisito

### Objetivos

---

1. Conhecer a importância da informação e da opinião pública na estrutura empresarial, institucional e governamental.
2. Adquirir conhecimentos para realizar e ou orientar levantamentos e pesquisas de opinião (coleta de dados tabulação e análises) para as organizações a nível interno e externo.
3. Instrumentalizar o aluno para sua futura profissão com a teoria e a prática das principais técnicas e métodos utilizados nas pesquisas de opinião pública.

### Conteúdo

---

1. Comportamentos coletivos (tipos, conceituações, natureza e formação);
2. Opinião Pública (formação, natureza, controle, persuasão e conteúdo da opinião pública);
3. Análise da importância das informações no mercado, utilizações e adequações dos produtos e empresas na estrutura da sociedade contemporânea frente as pesquisa de opinião e ou mercadológicas;
4. Pesquisas (tipos - quantitativas, qualitativas - aplicações, conceitos, finalidades, utilizações, métodos e técnicas);

## Plano de Ensino

5. Coordenação e planejamento (organização instrumental e de recursos);
6. Fases da pesquisa (abordagens, procedimentos, instrumentalização, amostragem, coleta dos dados, compilação, tabulação, análises e interpretações dos dados);
7. Execução de pesquisa de opinião (proposta, procedimentos sistemáticos, aplicações, trabalho de campo, avaliação dos resultados e elaboração de relatório);
8. Metodologia e roteiro para elaboração de relatórios (como relatar e como utilizar a informação nas diferentes áreas de atuação).

### Metodologia

---

A teoria será apresentada expondo as principais correntes de análises e, sempre que possível, com a aplicação de um exercício prático. Os conceitos básicos serão sedimentados por meio de debates, oficinas e discussões em classe.

Concomitantemente a explanação das teorias será desenvolvida uma pesquisa quantitativa, como referencial empírico, para que os alunos possam aplicar os conhecimentos adquiridos e os conceitos apresentados durante as aulas.

### Bibliografia

---

YANAZE, Mitsur Higuchi; FREIRE, Otavio; SENISE, Diego. Retorno de investimentos em comunicação: avaliação e mensuração. São Paulo:Difusora, 2010.

AAKER, David A, Kumar, V., DAY, George. Pesquisa de marketing. São Paulo: Atlas, 2001.

AUGRAS, Monique. Opinião pública: teoria e pesquisa. Rio de Janeiro: Vozes, 1988.

BABBIE, Earl. Métodos de Pesquisas de survey. Belo Horizonte:UFMG, 1999.

BOYD, Jr. , Harper W. , WESTFALL, Ralph. Pesquisa mercadológica: textos e casos 3. Ed. Rio de janeiro: FGV, 1988.

DA VIA, Sarah Chucid .Opinião pública, técnica de formação e problemas de controle. São Paulo: Loyola,1983.

GIL, Antônio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas, 1991.

\_\_\_\_\_. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1989.

HAGUETTE, Teresa Maria Frota. Metodologias qualitativas na sociologia.4ªed. Petrópolis:1995.

MARCONI, Marina de A; LAKATOS, Eva M. Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. São Paulo: Atlas, 1995.

## Plano de Ensino

MATTAR, Najib Fauze. Pesquisa de marketing. São Paulo: Atlas, 1993.

TAGLIACARNE, Guglielmo. Pesquisa de mercado: técnica e prática. 2, ed. São Paulo: Atlas, 1991.

ZIKMUND, William G. Princípios da pesquisa de marketing. (trad) Bacellar, Cristina. São Paulo: Pioneira, 2006

### **Critérios de avaliação da aprendizagem**

---

A avaliação será realizada tendo como base nos debates em classe, nos trabalhos individuais e em grupo e nas atividades desenvolvidas para a realização da pesquisa de opinião. Também será avaliado o relatório da pesquisa apresentado escrito e oralmente.

### **Ementa (Tópicos que caracterizam as unidades do programa de ensino)**

---

Comportamentos coletivos; opinião pública; a importância da pesquisa na sociedade contemporânea; a pesquisa de opinião; fases e aplicações da pesquisa de opinião quantitativa nas atividades de Relações Públicas.

### **Aprovação**

---

<b>Conselho Curso</b>	19/04/2012
<b>Cons. Departamental</b>	19/04/2012
<b>Congregação</b>	21/05/2012