1 – Qual a importância da informação nos dias atuais?

2 – Defina:

1. Dados,
2. Informação.

3 – Em que contexto a pesquisa de marketing pode ser inserida como ferramenta para os gestores das empresas.

4 – Aponte pelo menos dois pontos de destaques que a informação de qualidade pode gerar como sendo um valor significativo para as organizações.

5 – Cite 6 características importantes, que você como gestor de marketing, deve sempre avaliar nas informações geradas por sua equipe ou repassadas para que possa tomar decisões.

6 – O que é SIM?

7 – Qual a relação entre o fluxo de informações de marketing e o SIM?

8 – Qual a relação da pesquisa de marketing com o Sistema de Informações de Marketing?

9 – Defina SIM segundo um autor de sua preferência.

10 – Qual o papel do SIM?

11 – Com relação ao Sim:

1. Quais os componentes do desenvolvimento de informações
2. Cite dois atores que se servem das informações geradas pelo SIM
3. Cite dois atores que alimentam de informações o SIM

12 – Explique os objetivos da pesquisa de marketing na composição do SIM

13 – Defina pesquisa de marketing segundo:

1. Kotler e Keller
2. Malhotra

14 – Cite pelo menos 4 variáveis controláveis de marketing e 4 variáveis incontroláveis.

15 – Como a pesquisa de marketing pode ajudar o gestor de marketing a relacionar as variáveis de marketing com o ambiente?

16 – Cite 3 clientes da pesquisa de marketing.

17 – Cite 3 ações que o gerente de marketing pode realizar a partir da pesquisa de marketing.

18 – Cite pelo menos 8 questões de convivência diária dos executivos de marketing que comprovam a necessidade de se obter informações a partir da pesquisa de marketing.

19 – Quais as grandes áreas em que a pesquisa de marketing pode ser utilizada?

20 – Cite pelo menos um problema relacionado a cada área citada na questão anterior.

21 – O que Mattar (2007) ressalta sobre a pesquisa de marketing no Brasil?

22 – Como podemos classificar as pesquisas de Marketing?

23 – Cite pelo menos 3 exemplo de :

1. Pesquisa de identificação de problemas;
2. Pesquisa de solução de problemas.

24 – Cite pelo menos 3 tipos de pesquisa para solução de problemas, segundo MALHOTRA

25 – Cite:

1. 2 Vantagens de se fazer a própria pesquisa, segundo Hague e Jackson;
2. 2 Desvantagens de se fazer a própria pesquisa.

26 – Quais as etapas para o desenvolvimento do projeto de pesquisa, segundo Mattar (2007)?

27 – Quais são os tipos de objetivos e explique como funciona cada?

28 – Quais os pontos nós podemos destacar na etapa da execução da pesquisa?

29 – Explique a importância da comunicação dos resultados de uma pesquisa.

30 – Explique cada uma das etapas apresentadas na questão anterior.