



Universidade  
Tuiuti do Paraná

**REITORIA**

ASSESSORIA DE LEGISLAÇÃO E NORMAS - ALegN

# **REGULAMENTO DO NÚCLEO DE ESTUDOS DE MERCADO E PESQUISA DE OPINIÃO**

## **MARKNET - UTP**

# SOCIEDADE EDUCACIONAL TUIUTI LTDA.

## MANTENEDORES

Afonso Celso Rangel dos Santos  
Carlos Eduardo Rangel Santos  
Luiz Guilherme Rangel Santos  
Maria de Lourdes Rangel Santos

## UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ

### Reitoria

Luiz Guilherme Rangel Santos  
**Pró-Reitor de Planejamento e Avaliação**

Afonso Celso Rangel dos Santos  
**Pró-Reitor de Administrativo**

Carlos Eduardo Rangel Santos  
**Pró-Reitora Acadêmica**

Carmen Luiza da Silva  
**Pró-Reitora de Promoção Humana**

Ana Margarida de Leão Taborda  
**Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão**

Roberval Eloy Pereira

## APROVAÇÃO

**Sociedade Educacional Tuiuti Ltda.**

CONSU - Conselho Universitário

CONSEPE - Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão

## ELABORAÇÃO

**Assessoria de Legislação e Normas**

João Baptista Nogueira Neto – Coordenador

Adão Eleutério da Luz

Ana Margarida de Leão Taborda

Analuze Barbosa Coelho Medeiros

Carmen Luiza da Silva

## COLABORAÇÃO

Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão - PROPPE

Coordenadoria de Pesquisa, Iniciação Científica e Editoração Científica

## EDITORAÇÃO ELETRÔNICA E DIAGRAMAÇÃO

Haydée Silva Guibor

## PUBLICAÇÃO ONLINE

Neilor Pereira Stockler Junior

Rua Sydnei Antonio Rangel Santos, 238 - Santo  
Inácio

CEP 82010-330 - Curitiba - Paraná  
41 3331-7654 / 3331-7650  
editoracao.proppe@utp.br

# REGULAMENTO

## DO NÚCLEO DE ESTUDOS DE MERCADO E PESQUISA DE OPINIÃO

### MARKNET

#### CAPÍTULO I

#### DO MARKNET

**Art. 1º** O MARKNET – Núcleo de Estudos de Mercado e Pesquisa de Opinião da Universidade Tuiuti do Paraná – UTP, criado em julho de 2001 e vinculado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – FACSA, é o órgão responsável por realizar estudos e pesquisas de mercado que atende às faculdades e unidades da UTP, bem como empresas públicas e privadas.

Parágrafo único O MARKNET está vinculado ao Curso de Tecnologia em Marketing da UTP.

**Art. 2º** São atribuições do MARKNET:

- I. realizar pesquisas próprias e em convênio com outras instituições;
- II. realizar estudos e diagnósticos para criação e funcionamento de cursos de graduação, pós-graduação e extensão, conforme solicitação da Universidade;
- III. realizar estudos e diagnósticos solicitados por departamentos da Universidade após aprovação da Direção da FACSA; e
- IV. ofertar vagas de estágio para os discentes dos cursos de Tecnologia em Marketing, Publicidade e Propaganda e Administração.

#### CAPÍTULO III

#### DA CONSTITUIÇÃO E ORGANIZAÇÃO

**Art. 3º** O MARKNET apresenta a seguinte composição:

- I. Coordenador do Curso de Tecnologia em Marketing;
- II. Coordenador do Núcleo;
- III. Professores Pesquisadores; e
- IV. Estagiários.

#### CAPÍTULO IV

#### DAS ATRIBUIÇÕES DOS MEMBROS DO MARKNET

**Art. 4º** Ao Coordenador do Curso de Tecnologia em Marketing compete:

- I. fazer reuniões periódicas para acompanhamento dos projetos desenvolvidos pelo Núcleo;
- II. responder pelo MARKNET nas reuniões com a Direção da FACSA;
- III. oportunizar e divulgar vagas para estágios (obrigatórios) para alunos dos cursos de Tecnologia em Marketing, Comunicação Social – Publicidade e Propaganda e Administração de Empresas da Universidade Tuiuti do Paraná; e
- IV. oportunizar e divulgar vaga de monitoria para as disciplinas que sejam condizentes com as atividades desempenhadas no Núcleo.

**Art. 5º** Ao Coordenador do Núcleo compete:

- I. exercer a direção executiva do MARKNET;
- II. acompanhar os projetos e trabalhos do MARKNET, propiciando a realização da programação aprovada;
- III. elaborar os relatórios anuais de prestação de contas à Direção da FACSA, ao Instituto de Desenvolvimento Tuiuti – IDT, ao Departamento Financeiro da UTP e a Pró-Reitoria Acadêmica – PROACAD;
- IV. representar o MARKNET no âmbito de sua competência;

- V. promover a integração das atividades desenvolvidas pelo MARKNET com outros órgãos internos e externos à Instituição;
- VI. divulgar as atividades do MARKNET; e
- VII. realizar reuniões periódicas com os professores pesquisadores para acompanhamento do andamento das atividades realizadas.

**Art. 6º** Aos Professores Pesquisadores compete:

- I. elaborar propostas de pesquisa, conforme solicitações dos departamentos e demais órgãos internos da Universidade, bem como empresas externas;
- II. realizar projetos de pesquisas, conforme solicitações atendendo aos seguintes critérios:
  - a. elaboração de instrumento de coleta de dados (questionário ou roteiro);
  - b. seleção, treinamento e supervisão da equipe responsável pela coleta de dados;
  - c. processamento dos dados da pesquisa;
  - d. elaboração de relatórios; e
  - e. apresentação dos resultados ao Coordenador do Núcleo.
- III. auxiliar o Coordenador do Curso Superior de Tecnologia em Marketing no desenvolvimento de eventos específicos do curso.

**Art. 7º** Aos Estagiários compete:

- I. assinar o termo de sigilo de informações e dados referentes às pesquisas desenvolvidas pelo MARKNET; e
- II. atender ao previsto na normativa de estágio da UTP.

## **CAPÍTULO IV**

### **DAS PESQUISAS E DA ESTRUTURA DE APOIO**

**Art. 8º** O MARKNET realiza pesquisas qualitativas e quantitativas de acordo com as necessidades específicas dos clientes oferecendo os seguintes serviços de pesquisa:

- a. Satisfação e Avaliação de Desempenho;
- b. Estudos de Segmentação de Mercado;
- c. Estudos do Comportamento do Consumidor;
- d. Estudos de Potencial de Mercado;
- e. Testes de Conceitos, de Produtos e Blind Test;
- f. Posicionamento e Imagem;
- g. Avaliação de Comunicação;
- h. Ghost Consumer; entre outros.

**Art. 9º** O MARKNET conta com sala especial “one way” e uma sala de observação com equipamentos de gravação de áudio e vídeo, apropriadas para a realização de pesquisas qualitativas (focus group).

**Art. 10** O presente Regulamento entra em vigor na data de sua aprovação, revogadas as disposições em contrário.

Curitiba, 29 de outubro de 2011.

*Prof. Luiz Guilherme Rangel Santos*  
Presidente do CONSU

Publicada em 13 de junho de 2013.



EDITORAÇÃO  
CIENTÍFICA