

SPSS Tratamento e Análise de dados de Vendas e Marketing

Objetivos Gerais

Este curso pretende dotar só participantes de conhecimentos práticos de SPSS aplicado aos dados de Marketing e Vendas

Objetivos Específicos

No final do curso os formando serão capazes de:

- Integra a Gestão de Marketing no processo de gestão global da Empresa.
- Detectar e aproveitar as oportunidades que advêm das pesquisas de mercado, fruto de uma melhor compreensão dos seus consumidores.
- Análisar as diferentes fases do processo de apreciação do marketing Research bem como fornecer alguns dos instrumentos disponíveis para a sua realização
- Aplicar SPSS, no domínio de marketing e das vendas, utilizar de forma prática as suas potencialidades.

Destinatários

- Dirigentes e coordenadores das Áreas de Marketing e Vendas
- Técnicos de Vendas
- Técnicos de Marketing
- Administrativos das Áreas de Vendas e Marketing

Carga Horária

18 Horas

Conteúdo

1. Importância da estratégia de marketing no plano estratégico da organização
2. Inputs e outputs do plano de marketing
3. Funções e objetivos do marketing research
4. Apresentação do SPSS e a sua relação com o tratamento de dados convencionais e de estudos de mercado
5. Noções específicas de estatística

6. Tratamento e análise estatística com base nos dados do marketing e das vendas
7. Aplicações gerais da pesquisa do marketing – marketing mix