

SPSS – Tratamento e Análise de Dados de Vendas e Marketing

Objetivos Gerais

Este Curso pretende dotar os participantes de competências de spss em Vendas e Marketing.

Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes saberão:

- Explorar diferenças e semelhanças entre duas ou mais variáveis;
- Caracterizar relações entre múltiplas variáveis;
- Reduzir informação criando novas variáveis (dimensões latentes) através da agregação de indicadores;
- Segmentar o público-alvo com base nas suas preferências e características sócio-demográficas.

Destinatários:

Este curso destina-se a todos os profissionais que estejam envolvidos, eles próprios ou a equipa que lideram, no atendimento a Clientes e queiram prestar-lhes um serviço de excelência.

Carga Horária:

18 horas

CONTEÚDO:

Módulo I - Exploração e tratamento preliminar de dados

- Como perguntar e o que perguntar: níveis de medida das variáveis
- Transformação de variáveis
- Criação de índices e medidas de fiabilidade
- Resumir os dados: Frequências e estatísticas descritivas Apresentação dos dados (tabelas e gráficos)

Módulo II - Análise bivariada de dados

- Explorar diferenças de proporções entre variáveis Explorar diferenças de médias entre variáveis Identificar associações entre variáveis

Módulo III - Análise multivariada de dados

- Detectar dimensões latentes num conjunto de indicadores
- Segmentação: Análise de clusters Previsão em marketing: Análise de regressão simples, múltipla e logística

HS

HIGH SKILLS
Formação e Consultoria

Conteúdo de Formação
