

### Marketing Research – Recolha e tratamento de dados para a tomada de decisões

#### Objetivos Gerais

Este curso pretende dotar os participantes de métodos, técnicas e competências que lhes permitam conceber, implementar e avaliar estudos em Marketing Research.

#### Objetivos Específicos

No final deste curso os participantes saberão:

- Compreender o papel do Marketing Research,
- Traduzir problemas de marketing em questões de pesquisa que serão tratadas através de métodos científicos,
- Desenhar e conduzir estudos de mercado
- Usar os principais instrumentos e as principais técnicas qualitativas e quantitativas de recolha de dados.

#### Destinatários

Este curso destina-se a Quadros e Técnicos de Marketing, Profissionais de estudos de Mercado/Marketing Research e a todos os que visam aumentar os seus conhecimentos dos métodos de investigação usados na actividade dos Estudos de Marketing/Marketing Research.

#### Carga Horária

12 Horas

#### Conteúdo

##### 1. Gestão de marketing

- O Marketing no século XXI
- Sistema de Informação de Marketing
- Elaboração da estratégia de Marketing
- Aplicação do Plano de Marketing
- Implementação e Controlo do Plano de Marketing

##### 2. Metodologia e técnicas de marketing research

- Introdução ao Marketing Research:
  - Enquadramento, definição e processo dos Estudos de Mercado
  - Profissionalização dos Estudos de Mercado e questões éticas

- Formulação do problema de pesquisa e elaboração da proposta
  - Tipologias de Estudos de Mercado
  - Fontes de Dados
  - Métodos de Recolha de Dados qualitativos e quantitativos
  - Aplicação de Marketing Research em diferentes contextos
  
- 3. Mensuração e recolha de dados em marketing research
  - Mensuração e Escalas
  - Desenho do Questionário
  - Desenho da Amostra
  - Operações de Campo e recolha de Dados
  - Preparação dos dados para Análise
  - Relatório Final
  
- 4. Tratamento dos dados
  - Tratamento Preliminar
  - Análise bivariada de dados
  - Análise multivariada de dados
  
- 5. Media research
  - Os estudos de audiência de meios
  - Planificação de Meios
  - Os Meios e a Publicidade