

Curso FEXMR - Curso de Marketing Research (Análise de Dados com SPSS)

21,00 Horas

Introdução

Os “Cursos de Formação para Executivos”, promovidos pela Actual Training, têm por finalidade responder a necessidades específicas de formação na área da gestão.

Este curso de Marketing Research (Análise de Dados com SPSS), pretende contribuir para a melhoria dos conhecimentos técnicos e científicos de profissionais que, na sua actividade, têm de tomar decisões que envolvem mercados. Em particular, os estudos que permitem um melhor conhecimento dos comportamentos associados há compra (processo de compra), das características dos diferentes clientes da empresa (sócio-demográficas e geográficas), os estudos da concorrência e os estudos da envolvente desses mesmos mercados.

O mundo dos negócios avança hoje com uma rapidez nunca antes alcançada. O uso inteligente e criterioso da pesquisa é fundamental para manter o ritmo de crescimento das empresas e melhorar a competitividade.

Na construção deste curso de Marketing Research (Análise de Dados com SPSS) a Actual Training, teve a preocupação de estruturar os temas de modo consistente e com um número de horas que permitem uma formação teórica e prática consistente (apoiada em exercícios), para que os formandos possam utilizar os novos conhecimentos nas suas empresas.

Público-alvo

Profissionais das áreas de Recursos Humanos, Marketing, Estudos de Mercado, Sondagens de opinião, etc., que necessitem de adquirir e/ou aprofundar conhecimentos ao nível da análise quantitativa.

Quando completar o curso

O participante deverá estar:

Familiarizado com a utilização do SPSS e com as competências técnico-estatísticas no domínio da pesquisa em marketing, que lhe permita:

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

Pré-requisitos

Alguns conhecimentos em Gestão.

Exames

(não existem exames)

Conteúdo em detalhe

1. 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)

2. Análise bivariada de dados

Explorar diferenças de proporções entre variáveis

Explorar diferenças de médias entre variáveis

Identificar associações entre variáveis

3. 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