

POLI ESCOLA SUPERIOR TECNOLOGIA GESTÃO TÉCNICO GUARDA	GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)	MODELO PED.008.03
---	---	-----------------------------

<i>Curso</i>	Marketing e Comunicação						
<i>Unidade curricular (UC)</i>	Metodologias de Investigação em Marketing						
<i>Ano letivo</i>	2023/2024	<i>Ano</i>	1.º	<i>Período</i>	1.º semestre	<i>ECTS</i>	5
<i>Regime</i>	Obrigatório	<i>Tempo de trabalho (horas)</i>		Total: 140	<i>Contacto: 45</i>		
<i>Docente(s)</i>	Prof. Doutor Vitor Gabriel						
<input type="checkbox"/> <i>Responsável da UC ou</i>	<i>Área/Grupo Disciplinar</i>		Prof. Doutor Amândio Baía				
<input checked="" type="checkbox"/> <i>Coordenador(a)</i>							
<input type="checkbox"/> <i>Regente</i>	<i>(cf. situação de cada Escola)</i>						

GFUC PREVISTO

1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

1. Aprender os conceitos da natureza da investigação empírica;
2. Aprender os métodos de colheita de dados e de construção de bases de dados, database Marketing;
3. Motivar para a utilização de TI e ferramentas matemáticas no apoio à decisão em Marketing;
4. Aplicar estas técnicas a problemas de Marketing.

2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. A natureza da investigação empírica
2. Os métodos de colheita de dados. database marketing e conceitos relacionados
3. Sistemas de decisão em marketing
 - 3.1 Criação de um Ficheiro de Dados para as Análises Estatísticas
 - 3.2 A Natureza da Análise Estatística. O papel da Inferência Estatística na Tomada de Decisão: Amostragem e Ensaio de Hipóteses
 - 3.3 Tratamento dos Dados para Eliminação da Redundância: Análise de Componentes Principais
 - 3.4 Técnicas de Segmentação: Análise de Clusters
 - 3.5 Modelos de Previsão do Comportamento do Consumidor: Análise Discriminante

3. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UC

Tendo em conta que se pretende que o aluno adquira conhecimentos e competências na área de metodologias de investigação, o programa da UC inclui conteúdos programáticos relativos a métodos e técnicas estatísticas de investigação em marketing.

No final o aluno deve ser capaz de desenvolver trabalhos de recolha, tratamento e análise de dados.

4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

- Carvalho, H. (2017) Análise Multivariada de Dados Qualitativos – Utilização da ACM com o SPSS. Edições Sílabo.
- Fortin, M.; Côte, J.; Filion, F. (2009). Fundamentos e Etapas do Processo de Investigação. Lusodidacta.
- Gaspar, F. (2018). A Era do Comércio Livre. Edições Sílabo.
- Hill, M.; Hill, A. (2012). Investigação por Questionário. Edições Sílabo.
- Hugues, A. (2012). Strategic Database Marketing. McGrawHill.
- Laureano, R.; Botelho M. (2017). Testes de Hipóteses com o SPSS – o Meu Manual de Consulta Rápida. Edições Sílabo.
- Linoff, G.; Berry, M. (2011). Data Mining: For Marketing, Sales and Customer Relationship Management. Wiley.
- Maroco, J. (2018). Análise Estatística com o SPSS Statistics. Pêro Pinheiro.
- Miller, T. (2005). Data and Text Mining: A Business Application Approach. Prentice Hall.
- Park, C.; Park, Y.; Schweidel, D. (2018). The effects of mobile promotions on customer purchase dynamics. *International Journal of Research in Marketing*, 35 (3), 453-470.

<p>POLI ESCOLA SUPERIOR TECNOLOGIA GESTÃO</p> <p>TÉCNICO GUARDA</p>	<p>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR</p> <p>(GFUC)</p>	<p>MODELO</p> <p>PED.008.03</p>
---	--	--

Pestana, Mari.; Gageiro, J. (2014). *Análise de Dados para Ciências Sociais: A complementaridade do SPSS*. Edições Sílabo.

Rud, O. (2001). *Data Mining Cookbook: Modeling Data for Marketing. Risk and Customer Relationship Management*. Wiley.

Sampieri, R.; Collado, C.; Lucio, P. (2006) *Metodologias de Pesquisa*, NY, McGrawHill. Software: MS-Excel;SPSS

VanMeter, R., Syrdal, H., Mantel, S., Grisaffe, D.; Nessen, E. (2018). "Don't Just "Like" Me, Promote Me: How Attachment and Attitude Influence Brand Related Behaviors on Social Media, *Journal of Interactive Marketing*, 43, 83-97.

5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)

Metodologias de Ensino:

Método expositivo teórico-prático com utilização de meios audiovisuais;

Estudos de caso;

Realização de trabalho de campo;

Utilização de tecnologias de informação para aprendizagem;

Disponibilização de conteúdos e-learning.

Regras de Avaliação:

Avaliação contínua: Avaliação através de trabalhos de grupo com apresentação e defesa (20% apresentação e discussão; 80% trabalho escrito).

Os alunos que não obtiverem aprovação por frequência, serão admitidos a um exame final.

6. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DA UC

Para se atingirem os objetivos propostos, a metodologia na unidade curricular assenta em princípios de formação teórico-prática e tutorial.

Os métodos e técnicas pedagógicas a aplicar durante as sessões serão: Método afirmativo com interligação entre a técnica expositiva e demonstrativa; Método de estudo de casos para desenvolver a capacidade crítica do aluno, cabendo ao professor a responsabilidade do reforço da aprendizagem e da coordenação das diversas ações e tarefas de simulação com bases de dados sobre o comportamento dos consumidores; Método de orientação tutorial que permitirá uma consolidação de conhecimentos e competências dos alunos.

7. REGIME DE ASSIDUIDADE

Não aplicável.

8. CONTACTOS E HORÁRIO DE ATENDIMENTO

Docente:

Vítor Gabriel (vigab@ipg.pt); Telefone:271220120; Gabinete: 17 Voip 1217

Horário de atendimento: 3ªfeira: 9:00-10:00.

9. OUTROS

DATA

Outubro/2023

Clique

<p>POLI ESCOLA SUPERIOR TECNOLOGIA GESTÃO TÉCNICO GUARDA</p>	<p>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)</p>	<p>MODELO PED.008.03</p>
---	--	-------------------------------------

ASSINATURAS

Assinatura dos Docentes, Responsável/Coordenador(a)/Regente da UC ou Área/Grupo Disciplinar

Assinatura na qualidade de (clicar)

(assinatura)

Assinatura na qualidade de (clicar)

(assinatura)

Assinatura na qualidade de (clicar)

(assinatura)

Assinatura na qualidade de (clicar)

(assinatura)