

## Análise e Pesquisa de Mercados

- 2º Semestre 2014/2015 -

**Professor:** António José Valente

### Estrutura-tipo do trabalho final de Análise e Pesquisa de Mercados

**Nota:** as áreas dentro das caixas são opcionais, e dependem do tipo de estudo que o grupo seleccionou)

Sumário Executivo

0 – Introdução

1 – Definição do problema

2 – Abordagem à Pesquisa

3 – Desenho da Pesquisa

3.1 - Fase Qualitativa (caso aplicável)

3.1.1 - Recolha de Dados Secundários

3.1.2 - Focus Groups

3.1.2.1 – Objectivos dos Focus Groups

3.1.2.2 – Dinâmica dos Focus Groups

3.1.2.3 – Caracterização dos participantes nos Focus Groups

3.1.2.4 – Guião dos Focus Groups

3.1.2.5 – Principais conclusões dos Focus Groups

3.2 - Fase Quantitativa

3.2.1 - Plano de Amostragem

3.2.2 - Dimensão da amostra

3.2.3 - Método de Escolha dos Inquiridos

3.2.4 - Técnica de Recolha de Informação

3.2.5 - Constrangimentos metodológicos

3.2.6 - Desenho do Questionário

3.2.7 – Fontes de erro

3.2.8 – Plano de Análise de Dados

3.2.8.1 – Distribuição de Frequências

3.2.8.2 – Cross-Tabs

3.2.8.3 – Gráficos

3.2.8.4 – Outras análises

#### 4 – Trabalho de campo

- 4.1 – Selecção das equipas de entrevistadores
- 4.2 - Formação das equipas de entrevistadores
- 4.3 - Acompanhamento do trabalho de campo
- 4.4 – Registo da informação
- 4.5 – Pré-validação dos questionários

4.6 – Envio dos questionários (só se for aplicável, ou seja, se pediram a alguém de outra cidade para ministrar questionários)

4.7 – Validação dos questionários

4.8 – Avaliação da equipa de entrevistadores (caso aplicável)

4.9 – Limitações do trabalho de campo

#### 5 – Preparação e Análise de dados

- 5.1 – Preparação do Plano de Análise de Dados
- 5.2 – Validação dos Questionários
- 5.3 – Codificação
- 5.4 – *Labels* e Introdução dos dados em SPSS / Excel
- 5.5 – Controlo de Qualidade por Amostragem
- 5.6 – Tratamento das Não-Respostas
- 5.7 – Frequências e Cross-Tabs
- 5.8 – Gráficos

5.9 – Outras análises (análise factorial, regressão, MDS, ...) (depende das escalas utilizadas e dos objectivos do estudo)

Exemplo de regressão linear (depende das escalas e dos objectivos do estudo)

- 5.9.1 – Selecção da variável dependente
- 5.9.2 – Selecção da(s) variável(eis) independente(s)
- 5.9.3 – Modelo de Regressão Linear

...

#### 6 – Conclusões

- 6.1 – Caracterização da Amostra
- 6.2 – Conclusões do trabalho

#### 7 – Recomendações

- 7.1 – Curto Prazo
- 7.2 – Médio e Longo Prazo

#### 8 - Limitações dos resultados apresentados

Anexos (questionário, outros materiais, apresentação)

**Nota:** esta é uma estrutura-tipo, com um carácter orientador. Dependendo do tema e dos objectivos dos trabalhos, alguns tópicos serão Não Aplicáveis (N/A). Não obstante, outros tópicos relevantes poderão ser adicionados ao trabalho.