

Curso

Pesquisa Social, Comercial
e Análise de Mercado



Curso

Pesquisa Social, Comercial e Análise de Mercado

- » Modalidade: **online**
- » Duração: **12 semanas**
- » Certificado: **TECH Universidade Tecnológica**
- » Dedicção: **16h/semana**
- » Horário: **no seu próprio ritmo**
- » Provas: **online**

Acesso ao site: www.techtitute.com/br/engenharia/curso/pesquisa-social-comercial-analise-mercado

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estrutura e conteúdo

pág. 12

04

Metodologia

pág. 16

05

Certificado

pág. 24

01

Apresentação

Atualmente, a concorrência no mercado está se tornando cada vez mais intensa, de modo que os engenheiros devem se manter a par das últimas tendências em pesquisa social e comercial. Isso permitirá que eles criem produtos e serviços inovadores que atendam às necessidades em constante mudança dos consumidores. Por esse motivo, a TECH criou um curso que permite que os alunos maximizem seus conhecimentos sobre aspectos como pesquisa de mercado online, estudos de gabinete e trabalho de campo, entre outros. Tudo isso em um prático modo 100% online e com os materiais multimídia mais dinâmicos do mercado acadêmico.



“

Adquira novas habilidades sobre a organização de pesquisas de mercado ou tipos de informação, graças à TECH”

Estudar pesquisa social, comercial e análise de mercado é essencial para um engenheiro, pois fornece as ferramentas necessárias para coletar e analisar dados de consumidores e de mercado, identificar oportunidades de mercado e desenvolver produtos e serviços inovadores. Adquirir essa capacidade de entender as necessidades dos consumidores e as tendências do mercado é fundamental para o sucesso de qualquer negócio, e os engenheiros que possuem essas habilidades têm uma vantagem competitiva no mercado.

Por esse motivo, a TECH criou um Curso de Pesquisa Social, Comercial e Análise de Mercado com o objetivo de fornecer aos alunos as habilidades e competências necessárias para que possam realizar seu trabalho como especialistas com a maior eficiência e qualidade possíveis. Assim, ao longo deste programa, serão abordados aspectos como pesquisa social e de mercados, estudos de gabinete, fontes de informação ou técnicas de coleta de informações.

Tudo isso, por meio de um conveniente modo 100% online que permite que os alunos organizem seus horários e estudos, que conciliam com seus outros trabalhos e interesses diários. Além disso, essa qualificação conta com os materiais teóricos e práticos mais completos do mercado, o que facilita o processo de estudo do aluno e permite que ele atinja seus objetivos com rapidez e eficiência.

Este **Curso de Pesquisa Social, Comercial e Análise de Mercado** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ◆ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Pesquisa Social, Comercial e Análise de Mercado
- ◆ O conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático presente em sua elaboração oferece informações práticas sobre aquelas disciplinas que são essenciais para o exercício profissional
- ◆ Exercícios práticos onde o processo de autoavaliação é realizado para melhorar a aprendizagem
- ◆ Destaque especial para as metodologias inovadoras
- ◆ Lições teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ◆ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet



Alcance todo o seu potencial no campo da pesquisa de mercado online em apenas 12 semanas e com total liberdade de organização"

“

Aprofunde-se na Gestão de Projetos de Pesquisa no conforto de sua casa, a qualquer hora do dia"

A equipe de professores do programa inclui profissionais do setor que trazem a experiência de seu trabalho para essa capacitação, bem como especialistas reconhecidos das principais sociedades e universidades de prestígio.

O conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, permitirá ao profissional uma aprendizagem contextualizada, ou seja, realizada através de um ambiente simulado, proporcionando uma capacitação imersiva e programada para praticar diante de situações reais.

O desenvolvimento deste programa de estudos se baseia no Aprendizado Baseado em Problemas, pelo qual o profissional deverá resolver as diferentes situações da prática profissional que surgirem ao longo da capacitação. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

Acesse todo o conteúdo sobre Tipos de Pesquisa de Mercados ou Fontes de informação em seu tablet, celular ou computador.

Impulsione seu perfil profissional em uma das áreas mais promissoras do setor de Estatísticas Econômicas, graças à TECH e aos materiais mais inovadores.



02

Objetivos

O objetivo final deste Curso de Pesquisa Social, Comercial e Análise de Mercado é que o aluno adquira uma atualização precisa de seus conhecimentos nessa área. Uma atualização que permitirá que os alunos trabalhem com a mais alta qualidade possível. Tudo isso, graças à TECH e a uma modalidade 100% online que dá total liberdade de organização e horários ao aluno.





“

Aborde todos os aspectos essenciais das Fontes e Técnicas de Coleta de Informações Sociais e de Mercado, sem sair de casa e sem a necessidade de se deslocar”



Objetivos gerais

- ♦ Aplicar seus conhecimentos ao seu trabalho ou vocação de forma profissional e possuir as habilidades demonstradas normalmente através do desenvolvimento e defesa de argumentos e resolução de problemas dentro de sua área de estudo
- ♦ Realizar operações básicas relacionadas à limpeza de dados
- ♦ Usar fontes de informação apropriadas para cada tipo de estudo aplicado
- ♦ Descrever as principais fontes de crescimento do produto agregado em uma economia a longo prazo
- ♦ Calcular e usar elasticidades e índices de custo de vida

“

Supere suas maiores expectativas, graças a um programa exclusivo com os materiais teóricos e práticos mais completos do mercado acadêmico, graças à TECH”





Objetivos específicos

- ◆ Aumentar a conscientização dos participantes sobre a importância da pesquisa de negócios na tomada de decisões táticas e estratégicas em empresas e organizações em geral
- ◆ Estimular o pensamento crítico e a autorreflexão sobre o conteúdo do programa
- ◆ Compreender e avaliar criticamente as pesquisas como uma técnica de pesquisa social, e desenvolver as habilidades necessárias para projetar, implementar e analisar pesquisas
- ◆ Realizar uma boa gestão da informação
- ◆ Aprofundar os fundamentos da pesquisa de mercado e o conceito de marketing
- ◆ Conhecer detalhes sobre os diferentes tipos de Pesquisa de Mercado

03

Estrutura e conteúdo

A estrutura e todos os recursos didáticos desse programa foram elaborados pelos renomados profissionais que compõem a equipe de especialistas da TECH na área da Engenharia. Esses especialistas aproveitaram sua vasta experiência e conhecimento de última geração para criar um conteúdo prático e totalmente atualizado. Tudo isso, com base na metodologia pedagógica mais eficiente, o *Relearning* da TECH.



“

Adquira novas habilidades e melhores conhecimentos sobre Pesquisa Comercial e Análise de Mercado, graças aos materiais didáticos mais inovadores”

Módulo 1. Fontes e Técnicas de Coleta de Informações Sociais e de Mercado

- 1.1. Conceito de pesquisa social e de mercado
 - 1.1.1. Definição
 - 1.1.2. Qualidades
 - 1.1.3. O papel da pesquisa social e de mercado
- 1.2. Conceito de pesquisa social e de mercado
 - 1.2.1. Objetivos
 - 1.2.2. Alcance
 - 1.2.3. Planejamento
 - 1.2.4. Desenho
- 1.3. Fontes de informação
 - 1.3.1. Conceito
 - 1.3.2. Tipos de fonte de informação
 - 1.3.3. Fontes secundárias
 - 1.3.4. Fontes primárias
- 1.4. Estratégias de pesquisa, medição de fontes de informação e avaliação
 - 1.4.1. Tipos de estratégias
 - 1.4.2. Seleção da informação
 - 1.4.3. Avaliação da Informação
- 1.5. Métodos e técnicas de coleta de informação
 - 1.5.1. Processos metodológicos
 - 1.5.1.1. Abordagens iniciais
 - 1.5.1.2. Planejamento da pesquisa
 - 1.5.1.3. Coleta de dados
 - 1.5.1.4. Análise de resultados
 - 1.5.1.5. Elaboração do relatório
 - 1.5.2. Técnicas projetivas
 - 1.5.3. A observação.
 - 1.5.4. Pseudocompra ou *mystery shopper*
- 1.6. O impacto das novas técnicas de coleta de dados e seus suportes específicos
 - 1.6.1. Pesquisa
 - 1.6.2. Painéis
 - 1.6.3. Observação
 - 1.6.4. Questionário e protocolos de coleta

- 1.7. Métodos qualitativos de coleta de dados
 - 1.7.1. Características da pesquisa
 - 1.7.2. Tipos de enquete
 - 1.7.3. Elaboração de questionários
 - 1.7.4. Estrutura e sequência do questionário
- 1.8. O trabalho de campo
 - 1.8.1. Planejamento de trabalho de campo
 - 1.8.2. Processo sequencial de coleta de dados
 - 1.8.3. Metodologias
 - 1.8.3.1. Quantitativas
 - 1.8.3.2. Não quantitativo
 - 1.8.4. Avaliação do trabalho de campo
- 1.9. Amostragem em pesquisa social e de mercado
 - 1.9.1. O processo da amostragem em pesquisa de mercado
 - 1.9.2. Métodos de amostragem
 - 1.9.3. Determinação do tamanho da amostra
 - 1.9.4. Erro de amostras
- 1.10. Sistemas de informação de marketing
 - 1.10.1. Conceito
 - 1.10.2. Análise de oportunidades e ameaças
 - 1.10.3. Objetivos
 - 1.10.4. Estratégias de marketing
 - 1.10.5. Ações, resultados e monitoramento

Módulo 2. Pesquisa comercial e análise de mercado: procedimentos e aplicações

- 2.1. Fundamentos da pesquisa de mercado
 - 2.1.1. Conceito de pesquisa de mercado
 - 2.1.2. Utilidade da pesquisa de mercado
 - 2.1.3. A ética da pesquisa de mercado
- 2.2. Aplicações da pesquisa de mercado
 - 2.2.1. O valor da pesquisa para a gerência
 - 2.2.2. Fatores da decisão de pesquisar o mercado
 - 2.2.3. Principais objetivos da pesquisa de mercado



- 2.3. Tipos de pesquisa de mercado
 - 2.3.1. Pesquisas exploratórias
 - 2.3.2. Pesquisas descritivas
 - 2.3.3. Pesquisas causais
- 2.4. Tipos de informação
 - 2.4.1. Elaboração: primária e secundária
 - 2.4.2. Natureza qualitativa
 - 2.4.3. Natureza quantitativa
- 2.5. Organização da pesquisa de mercado
 - 2.5.1. O departamento interno da pesquisa de mercado
 - 2.5.2. A contratação externa da pesquisa
 - 2.5.3. Fatores de decisão: Interna x Externa
- 2.6. Gestão de Projetos de Pesquisa
 - 2.6.1. A pesquisa de mercado como um processo
 - 2.6.2. Fases de planejamento na pesquisa de mercado
 - 2.6.3. Fases de execução na pesquisa de mercado
 - 2.6.4. Gestão de Projetos de Pesquisa
- 2.7. Os estudos de laboratório
 - 2.7.1. Objetivos dos estudos de laboratório
 - 2.7.2. Fontes de informação secundária
 - 2.7.3. Resultados dos estudos de laboratório
- 2.8. O trabalho de campo
 - 2.8.1. Obtenção de informação primária
 - 2.8.2. Organização da obtenção de informação
 - 2.8.3. Controle de entrevistadores
- 2.9. Pesquisa de mercado online
 - 2.9.1. Ferramentas de pesquisa quantitativa em mercados online
 - 2.9.2. Ferramentas de pesquisa qualitativa dinâmica do cliente
- 2.10. A proposta de pesquisa de mercado
 - 2.10.1. Objetivos e metodologia
 - 2.10.2. Prazos de execução
 - 2.10.3. Orçamentos

04

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o *New England Journal of Medicine*.





Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização"

Estudo de caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma maneira de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”



Você terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, por meio de um ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado em direção ao sucesso. O método do caso, técnica que constitui a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja adotada.

“*Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira*”

Através de atividades de colaboração e casos reais, o aluno aprenderá a resolver situações complexas em ambientes reais de negócios.

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os alunos de Direito pudessem aprender a lei não apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar situações reais e complexas para que os alunos tomassem decisões e justificassem como resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos reais. Terão que integrar todo o conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando 8 elementos didáticos diferentes em cada aula.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Em 2019 alcançamos os melhores resultados de aprendizagem entre todas as universidades online do mundo.

Na TECH você aprende através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os profissionais do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa universidade é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral dos nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos curso, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil universitários com um sucesso sem precedentes em campos tão diversos como a bioquímica, a genética, a cirurgia, o direito internacional, habilidades administrativas, ciência do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos como organizar informações, ideias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

Desta forma, no que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto onde o aluno desenvolve sua prática profissional.



Este programa oferece o melhor material educacional, preparado cuidadosamente para os profissionais:



Material de estudo

O conteúdo didático foi elaborado especialmente para este curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que permite que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O chamado "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.



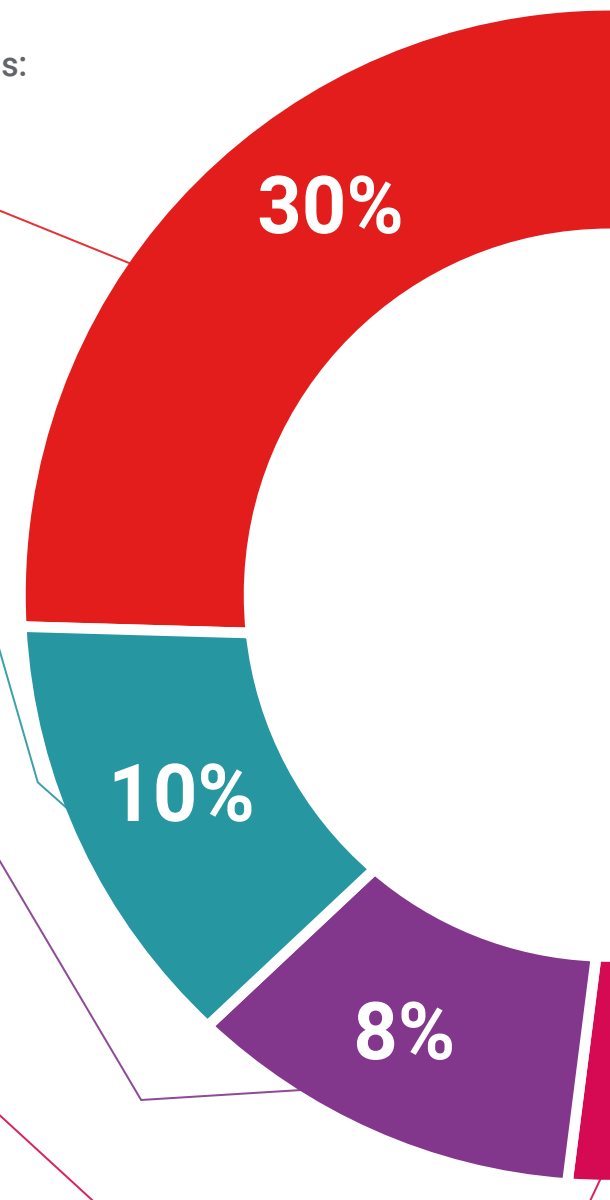
Práticas de aptidões e competências

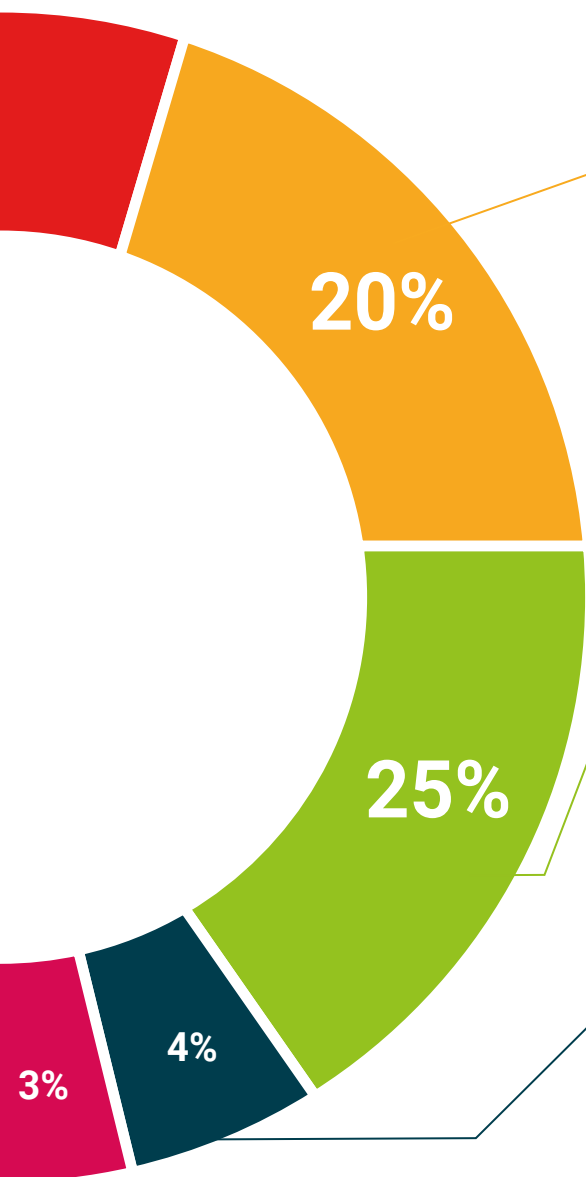
Serão realizadas atividades para desenvolver as habilidades e competências específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as destrezas e habilidades que um especialista precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH, o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





Estudos de caso

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especificamente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas no cenário internacional.



Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica, através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais, a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educacional exclusivo de apresentação de conteúdo multimídia, foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que ele possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



05

Certificado

O Curso de Pesquisa Social, Comercial e Análise de Mercado garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, acesso ao certificado do Curso emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Conclua este programa de estudos com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este **Curso de Pesquisa Social, Comercial e Análise de Mercado** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao **Curso** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Curso, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Curso de Pesquisa Social, Comercial e Análise de Mercado**

N.º de Horas Oficiais: **300h**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade compromisso
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualificação
desenvolvimento simulação

tech universidade
tecnológica

Curso

Pesquisa Social,
Comercial e Análise
de Mercado

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 semanas
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicção: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Curso

Pesquisa Social, Comercial
e Análise de Mercado