

# Programa de Desenvolvimento Diretivo

## Estudos de Mercado





## Programa de Desenvolvimento Diretivo Estudos de Mercado

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 36 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online
- » Indicado para: executivos ou quadros médios com experiência demonstrável em áreas de gestão

Acesso ao site: [www.techtitute.com/pt/escola-gestao/programa-desenvolvimento-diretivo/pdd-estudos-mercado](http://www.techtitute.com/pt/escola-gestao/programa-desenvolvimento-diretivo/pdd-estudos-mercado)

# Índice

01

Boas-vindas

---

*pág. 4*

02

Porquê estudar na TECH?

---

*pág. 6*

03

Porquê o nosso programa?

---

*pág. 10*

04

Objetivos

---

*pág. 14*

05

Estrutura e conteúdo

---

*pág. 18*

06

Metodologia

---

*pág. 28*

07

Perfil dos nossos alunos

---

*pág. 36*

08

Direção do curso

---

*pág. 40*

09

Impacto para a sua carreira

---

*pág. 44*

10

Benefícios para a sua empresa

---

*pág. 48*

11

Certificação

---

*pág. 52*

# 01

# Boas-vindas

Conhecer a viabilidade de um produto antes de o lançar no mercado é fundamental para o sucesso de vendas das empresas. Com esta capacitação de alto nível, aprenderá as mais recentes técnicas de Estudos de Mercado com profissionais de renome.

Um dos principais objetivos deste Programa de Desenvolvimento Diretivo de Estudos de Mercado da TECH é promover o seu crescimento pessoal e profissional, ajudando-o a alcançar o sucesso na sua empresa.



Programa de Desenvolvimento Diretivo em Estudos de Mercado,  
TECH Universidade Tecnológica



“

*A figura do gestor rígido, inflexível e autoritário é obsoleta. Surgiu um novo perfil, muito mais em linha com as novas tendências e que se destaca por ter conhecimentos tecnológicos, ouvir ativamente os seus trabalhadores e fazer uma autocrítica do seu trabalho"*

02

# Porquê estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de gestão do mundo, 100% online. É uma Escola de Gestão de elite, com um modelo que obedece aos mais elevados padrões acadêmicos. Um centro internacional de ensino de alto desempenho e de competências intensivas de gestão.



“

*A TECH é uma universidade na vanguarda da tecnologia, que coloca todos os seus recursos à disposição do estudante para o ajudar a alcançar o sucesso empresarial”*

## Na TECH Universidade Tecnológica



### Inovação

A universidade oferece um modelo de aprendizagem online, que combina a mais recente tecnologia educacional com o máximo rigor pedagógico. Um método único com o mais alto reconhecimento internacional, que fornecerá os elementos-chave para que o aluno se desenvolva num mundo em constante mudança, onde a inovação deve ser a aposta essencial de cada empresário.

“Caso de Sucesso Microsoft Europa” por incorporar um sistema multivídeo interativo inovador nos programas.



### Máxima exigência

O critério de admissão da TECH não é económico. Não é necessário fazer um grande investimento para estudar nesta Universidade. No entanto, para se formar na TECH, serão testados os limites da inteligência e capacidade do estudante. Os padrões académicos desta instituição são muito elevados...

**95%**

dos estudantes da TECH concluem os seus estudos com sucesso



### Networking

Profissionais de todo o mundo participam na TECH, pelo que o estudante poderá criar uma vasta rede de contactos que lhe será útil para o seu futuro.

**+100 mil**

gestores formados todos os anos

**+200**

nacionalidades diferentes



### Empowerment

O estudante vai crescer de mãos dadas com as melhores empresas e profissionais de grande prestígio e influência. A TECH desenvolveu alianças estratégicas e uma valiosa rede de contactos com os principais intervenientes económicos dos 7 continentes.

**+500**

Acordos de colaboração com as melhores empresas



### Talento

Este Curso de Especialização é uma proposta única para fazer sobressair o talento do estudante no meio empresarial. Uma oportunidade para dar a conhecer as suas preocupações e a sua visão de negócio.

A TECH ajuda o estudante a mostrar o seu talento ao mundo no final desta especialização



### Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, o aluno pode desfrutar de uma experiência única. Estudará num contexto multicultural. Num programa com uma visão global, graças ao qual poderá aprender sobre a forma de trabalhar em diferentes partes do mundo, compilando a informação mais recente e que melhor se adequa à sua ideia de negócio.

Os estudantes da TECH têm mais de 200 nacionalidades.





A TECH procura a excelência e, para isso, tem uma série de características que a tornam uma Universidade única:



### Análises

---

A TECH explora o lado crítico do aluno, a sua capacidade de questionar as coisas, a sua capacidade de resolução de problemas e as suas competências interpessoais.



### Excelência académica

---

A TECH proporciona ao estudante a melhor metodologia de aprendizagem online. A Universidade combina o método *Relearning* (a metodologia de aprendizagem mais reconhecida internacionalmente) com o Estudo de Caso de Tradição e vanguarda num equilíbrio difícil, e no contexto do itinerário académico mais exigente.



### Economia de escala

---

A TECH é a maior universidade online do mundo. Tem uma carteira de mais de 10 mil pós-graduações universitárias. E na nova economia, **volume + tecnologia = preço disruptivo**. Isto assegura que os estudos não são tão caros como noutra universidade.



### Aprenda com os melhores

---

A equipa docente da TECH explica nas aulas o que os levou ao sucesso nas suas empresas, trabalhando num contexto real, animado e dinâmico. Professores que estão totalmente empenhados em oferecer uma especialização de qualidade que permita ao estudante avançar na sua carreira e destacar-se no mundo dos negócios.

Professores de 20 nacionalidades diferentes.



*Na TECH terá acesso aos estudos de casos mais rigorosos e atualizados no meio académico"*

03

# Porquê o nosso programa?

Realizar o programa da TECH significa multiplicar as suas hipóteses de alcançar sucesso profissional no campo da gestão de empresas de topo.

É um desafio que envolve esforço e dedicação, mas que abre a porta para um futuro promissor. O estudante aprenderá com o melhor corpo docente e com a metodologia educacional mais flexível e inovadora.



“

*Temos o corpo docente mais prestigiado e o plano de estudos mais completo do mercado, o que nos permite oferecer uma capacitação do mais alto nível académico”*

Este programa trará uma multiplicidade de benefícios profissionais e pessoais, entre os quais os seguintes:

01

### Dar um impulso definitivo à carreira do aluno

Ao estudar na TECH, o aluno poderá assumir o controlo do seu futuro e desenvolver todo o seu potencial. Com a conclusão deste programa, adquirirá as competências necessárias para fazer uma mudança positiva na sua carreira num curto período de tempo.

*70% dos participantes nesta especialização conseguem uma mudança positiva na sua carreira em menos de 2 anos.*

02

### Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

A TECH oferece uma visão aprofundada da gestão geral para compreender como cada decisão afeta as diferentes áreas funcionais da empresa.

*A nossa visão global da empresa irá melhorar a sua visão estratégica.*

03

### Consolidar o estudante na gestão de empresas de topo

Estudar na TECH significa abrir as portas a um panorama profissional de grande importância para que o estudante se possa posicionar como gestor de alto nível, com uma visão ampla do ambiente internacional.

*Trabalhará em mais de 100 casos reais de gestão de topo.*

04

### Assumir novas responsabilidades

Durante o programa, são apresentadas as últimas tendências, desenvolvimentos e estratégias, para que os estudantes possam realizar o seu trabalho profissional num ambiente em mudança.

*45% dos alunos conseguem subir na carreira com promoções internas.*

05

### Acesso a uma poderosa rede de contactos

A TECH interliga os seus estudantes para maximizar as oportunidades. Estudantes com as mesmas preocupações e desejo de crescer. Assim, será possível partilhar parceiros, clientes ou fornecedores.

*Encontrará uma rede de contactos essencial para o seu desenvolvimento profissional.*

06

### Desenvolver projetos empresariais de uma forma rigorosa

O estudante terá uma visão estratégica profunda que o ajudará a desenvolver o seu próprio projeto, tendo em conta as diferentes áreas da empresa.

*20% dos nossos estudantes desenvolvem a sua própria ideia de negócio.*

07

### Melhorar as *soft skills* e capacidades de gestão

A TECH ajuda os estudantes a aplicar e desenvolver os seus conhecimentos adquiridos e a melhorar as suas capacidades interpessoais para se tornarem líderes que fazem a diferença.

*Melhore as suas capacidades de comunicação e liderança e dê um impulso à sua profissão.*

08

### Ser parte de uma comunidade exclusiva

O estudante fará parte de uma comunidade de gestores de elite, grandes empresas, instituições de renome e professores qualificados das universidades mais prestigiadas do mundo: a comunidade da TECH Universidade Tecnológica.

*Damos-lhe a oportunidade de se especializar com uma equipa de professores de renome internacional.*

# 04 Objetivos

Este Programa de Desenvolvimento Diretivo foi concebido para reforçar as competências de gestão e liderança, bem como para desenvolver novas competências e habilidades que serão essenciais para o seu desenvolvimento profissional. Após o Programa de Desenvolvimento Diretivo, serão capazes de tomar decisões globais com uma perspectiva inovadora e uma visão internacional.



“

*Um dos nossos principais objetivos é ajudá-lo a desenvolver as competências essenciais para gerir estrategicamente a atividade empresarial”*

**A TECH converte os objetivos dos seus alunos nos seus próprios objetivos.  
Trabalhamos em conjunto para os alcançar.**

O Programa de Desenvolvimento Diretivo em Estudos de Mercado capacitará o aluno para:

01

Definir as últimas tendências e desenvolvimentos em gestão empresarial

02

Desenvolver estratégias para a tomada de decisões num ambiente complexo e instável

03

Desenvolver um plano de Marketing para a empresa







04

Identificar os tipos de estudos de mercado e saber como aplicar o mais apropriado para a empresa

05

Desenvolver as principais técnicas nos estudos de mercado

06

Conhecer e saber como aplicar as principais ferramentas digitais de análise e métricas de mercado

05

# Estrutura e conteúdo

O Programa de Desenvolvimento Diretivo em Estudos de Mercado é feito à medida dos profissionais, que é lecionado em formato 100% online, para que possam escolher a hora e o local que melhor se adequa à sua disponibilidade, horário e interesses.

Um Programa de Desenvolvimento Diretivo que dura 6 meses e que pretende ser uma experiência única e estimulante que lança as bases para o seu sucesso como gestores e empreendedores.



“

*O que estuda é muito importante. As aptidões e competências que se adquirem são a chave. Não encontrará um plano de estudos mais completo do que este, acredite em nós..."*

## Plano de estudos

O Programa de Desenvolvimento Diretivo em Estudos de Mercado da TECH Universidade Tecnológica é uma capacitação intensa que o prepara para enfrentar desafios e decisões empresariais, tanto a nível nacional como internacional.

O conteúdo do Programa de Desenvolvimento Diretivo em Estudos de Mercado destina-se a encorajar o desenvolvimento de competências de gestão para permitir uma tomada de decisões mais rigorosa em ambientes de incerteza.

Ao longo de 900 horas de capacitação, o aluno analisará uma multiplicidade de casos práticos através de trabalho individual e em equipa. Trata-se, portanto, de uma verdadeira imersão em situações empresariais reais.

Este Programa de Desenvolvimento Diretivo de Estudos de Mercado lida em profundidade com todas as áreas financeiras da empresa e foi concebido para os gestores compreenderem a gestão estratégica de uma perspetiva estratégica, internacional e inovadora.

Um plano concebido para eles, focado no seu aperfeiçoamento profissional e que os prepara para alcançar a excelência no campo da gestão e direção empresarial. Um Programa de Desenvolvimento Diretivo que compreende as suas necessidades e as da sua empresa através de conteúdos inovadores baseados nas últimas tendências, e apoiado pela melhor metodologia educativa e por um corpo docente excepcional, que lhe dará as competências necessárias para resolver situações críticas de forma criativa e eficiente.

Este Programa de Desenvolvimento Diretivo tem a duração de 6 meses e está dividido em 6 módulos:

- Módulo 1** Introdução aos Estudos de Mercado
- Módulo 2** Técnicas de investigação qualitativa
- Módulo 3** Técnicas de investigação quantitativa
- Módulo 4** Produção de Estudos de Mercado
- Módulo 5** Análise e métricas da Internet
- Módulo 6** Análise dos resultados e aplicações dos Estudos de Mercado



### Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este Programa de Desenvolvimento Diretivo em Estudos de Mercado completamente online. Durante os 6 meses de duração da especialização, o aluno poderá aceder a todos os conteúdos deste Programa de Desenvolvimento Diretivo a qualquer altura, permitindo-lhe autogerir o seu tempo de estudo

*Uma experiência educativa única, chave e decisiva para impulsionar o seu desenvolvimento profissional e progredir na sua carreira.*

**Módulo 1. Introdução aos Estudos de Mercado**

**1.1. Fundamentos dos Estudos de Mercado**

- 1.1.1. Conceito de Estudos de Mercado e Marketing
- 1.1.2. Utilidade dos Estudos de Mercado
- 1.1.3. A ética dos Estudos de Mercado

**1.2. Aplicações dos Estudos de Mercado**

- 1.2.1. O valor dos estudos para os gestores
- 1.2.2. Fatores na decisão de estudar o mercado
- 1.2.3. Principais objetivos dos Estudos de Mercado

**1.3. Tipos de Estudos de Mercado**

- 1.3.1. Estudos de Mercado exploratórios
- 1.3.2. Estudos de Mercado descritivos
- 1.3.3. Estudos de Mercado causais

**1.4. Tipos de informação**

- 1.4.1. Elaboração: primária e secundária
- 1.4.2. Caráter qualitativo
- 1.4.3. Caráter quantitativo

**1.5. Organização dos Estudos de Mercado**

- 1.5.1. O departamento interno de Estudos de Mercado
- 1.5.2. Contratação externa de Estudos de Mercado
- 1.5.3. Fatores de decisão: interna vs. externa

**1.6. Gestão de projetos de investigação**

- 1.6.1. Estudos de Mercado como um processo
- 1.6.2. Etapas do planeamento em Estudos de Mercado
- 1.6.3. Etapas de execução em Estudos de Mercado
- 1.6.4. Gestão de projetos de Estudos de Mercado

**1.7. Estudos de gabinete**

- 1.7.1. Objetivos dos estudos de gabinete
- 1.7.2. Fontes de informação secundária
- 1.7.3. Resultados dos estudos de gabinete

**1.8. Trabalho de campo**

- 1.8.1. Obtenção de informação primária
- 1.8.2. Organizar a recolha de informação
- 1.8.3. Controlo de entrevistadores

**1.9. Estudos de Mercado online**

- 1.9.1. Ferramentas de investigação quantitativa em mercados online
- 1.9.2. Ferramentas dinâmicas de investigação qualitativa do cliente

**1.10. A proposta de Estudos de Mercado**

- 1.10.1. Objetivos e Metodologia
- 1.10.2. Prazos de execução
- 1.10.3. Orçamento

**Módulo 2. Técnicas de investigação qualitativa****2.1. Introdução à investigação qualitativa**

- 2.1.1. Objetivos de investigação qualitativa
- 2.1.2. Fontes de informação qualitativa
- 2.1.3. Características de informação qualitativa

**2.2. A dinâmica de grupos**

- 2.2.1. Conceito e objetivos
- 2.2.2. Organização e execução
- 2.2.3. Resultados da dinâmica de grupos

**2.3. A entrevista em profundidade**

- 2.3.1. Conceito e objetivos
- 2.3.2. O processo de entrevista em profundidade
- 2.3.3. Aplicação das entrevistas em profundidade

**2.4. Técnicas projetivas**

- 2.4.1. Conceito e objetivos
- 2.4.2. Principais técnicas projetivas

**2.5. Técnicas de criatividade**

- 2.5.1. Conceito e objetivos
- 2.5.2. Técnicas intuitivas: *brainstorming*
- 2.5.3. Técnicas formais: Método Delphi
- 2.5.4. Outras técnicas de criatividade

**2.6. Observação como técnica qualitativa**

- 2.6.1. Conceito e aplicações
- 2.6.2. Cenários de observação
- 2.6.3. Meios técnicos
- 2.6.4. Avaliação da observação

**2.7. Neuromarketing: as respostas do cérebro**

- 2.7.1. Conceito e aplicações
- 2.7.2. Cenários de observação em *Neuromarketing*
- 2.7.3. Técnicas de *Neuromarketing*

**2.8. O cliente mistério**

- 2.8.1. Conceito e aplicações
- 2.8.2. Cenários de cliente mistério
- 2.8.3. O *Mystery Shopper*

**2.9. Investigação qualitativa digital**

- 2.9.1. Descrição e características
- 2.9.2. Principais técnicas qualitativas online

**2.10. Aplicação da investigação qualitativa**

- 2.10.1. Estrutura de resultados da investigação qualitativa
- 2.10.2. Projeção dos resultados da investigação qualitativa
- 2.10.3. Aplicações da tomada de decisões

### Módulo 3. Técnicas de investigação quantitativa

#### 3.1. Introdução à investigação quantitativa

- 3.1.1. Objetivos de investigação quantitativa
- 3.1.2. Fontes de informação quantitativa
- 3.1.3. Características de informação quantitativa

#### 3.2. O inquérito pessoal

- 3.2.1. Conceito e características
- 3.2.2. Tipos de inquéritos pessoais
- 3.2.3. Vantagens e desvantagens do inquérito pessoal

#### 3.3. O inquérito telefónico

- 3.3.1. Conceito e características
- 3.3.2. Tipos de inquéritos pessoais
- 3.3.3. Vantagens e desvantagens do inquérito pessoal

#### 3.4. O inquérito autoadministrado

- 3.4.1. Conceito e características
- 3.4.2. Inquérito online
- 3.4.3. Inquéritos por correio e correio eletrónico
- 3.4.4. Inquérito por entrega pessoal

#### 3.5. O autocarro

- 3.5.1. Conceito e características
- 3.5.2. Resultados do autocarro
- 3.5.3. Tipos de autocarros

#### 3.6. O painel

- 3.6.1. Conceito e características
- 3.6.2. Resultados do painel
- 3.6.3. Tipos de painéis

#### 3.7. O Tracking

- 3.7.1. Conceito e características
- 3.7.2. Resultados do Tracking
- 3.7.3. Tipos de Tracking

#### 3.8. Observação como técnica quantitativa

- 3.8.1. Conceito e utilidade
- 3.8.2. Cenários de observação
- 3.8.3. Meios técnicos
- 3.8.4. Resultados da observação quantitativa

#### 3.9. Experimentação

- 3.9.1. Conceito e características
- 3.9.2. Teste de produto
- 3.9.3. Teste de mercado

#### 3.10. Aplicação da investigação quantitativa

- 3.10.1. Estrutura de resultados da investigação quantitativa
- 3.10.2. Projeção dos resultados da investigação quantitativa
- 3.10.3. Aplicações da tomada de decisões



**Módulo 4. Produção de Estudos de Mercado****4.1. O questionário quantitativo**

- 4.1.1. Conceito, funções e tipos
- 4.1.2. Fases na conceção do questionários
- 4.1.3. Estrutura do questionário

**4.2. Formulação de perguntas**

- 4.2.1. Tipos de perguntas
- 4.2.2. Formulação de perguntas
- 4.2.3. Pré-teste do questionário

**4.3. Escalas de medida**

- 4.3.1. Finalidade e tipos de escalas
- 4.3.2. Escalas básicas, comparativas e não comparativas
- 4.3.3. Criação e avaliação de balanças
- 4.3.4. Escalas normalizadas

**4.4. Desenho de questionários na Internet**

- 4.4.1. Características do questionário online
- 4.4.2. Estrutura do questionário online
- 4.4.3. Principais meios de inquérito online

**4.5. Guiões e entrevistas qualitativas**

- 4.5.1. Conceito e tipos
- 4.5.2. Estrutura dos guiões e entrevistas
- 4.5.3. Formulação de perguntas

**4.6. Amostragem**

- 4.6.1. Conceito e processo de amostragem
- 4.6.2. Métodos de amostragem quantitativa
- 4.6.3. Seleção de amostras na investigação qualitativa

**4.7. Amostragem probabilística**

- 4.7.1. Amostragem simples
- 4.7.2. Amostragem estratificada
- 4.7.3. Amostragem por conglomerados

**4.8. Amostragem não probabilística**

- 4.8.1. Rota aleatória
- 4.8.2. Quotas
- 4.8.3. Disponibilidade
- 4.8.4. Outros métodos não probabilísticos

**4.9. Tamanho da amostra**

- 4.9.1. Fatores determinantes da dimensão da amostra
- 4.9.2. Cálculo do tamanho da amostra
- 4.9.3. Tamanho da amostra nos mercados industriais

**4.10. Processo de trabalho de campo**

- 4.10.1. Formação de entrevistadores
- 4.10.2. Coordenação da recolha de informação
- 4.10.3. Avaliação e incidências

**Módulo 5. Análise e métricas da Internet****5.1. Sistemas de informação para a tomada de decisões**

- 5.1.1. *Business Intelligence*
- 5.1.2. *Data Warehouse*
- 5.1.3. BSC ou Balanced Scorecard

**5.2. Análise Web**

- 5.2.1. Fundamentos da análise da Web
- 5.2.2. Meios clássicos vs. meios digitais
- 5.2.3. Metodologia base do analista web

**5.3. Google Analytics**

- 5.3.1. Configuração de conta
- 5.3.2. *Tracking API Javascript*
- 5.3.3. Relatórios e segmentos personalizados

**5.4. Análise qualitativa**

- 5.4.1. Técnicas de investigação aplicadas na análise da web
- 5.4.2. *Customer journey*
- 5.4.3. *Purchase funnel*

**5.5. Métricas digitais**

- 5.5.1. Métricas básicas
- 5.5.2. Ratios
- 5.5.3. Definição de objetivos e KPIs

**5.6. Áreas de análise de uma estratégia**

- 5.6.1. Aquisição de tráfego
- 5.6.2. Ativação
- 5.6.3. Conversão
- 5.6.4. Fidelização

**5.7. Data Science & Big Data**

- 5.7.1. *Business Intelligence*
- 5.7.2. Metodologia e análise de grandes volumes de dados
- 5.7.3. Extração, tratamento e carregamento de dados

**5.8. Ferramentas de análise da Web**

- 5.8.1. Base tecnológica de uma ferramenta AW
- 5.8.2. Logs e Tags
- 5.8.3. Rotulagem básica e adhoc

**5.9. Visualização de dados**

- 5.9.1. Visualização e interpretação de *dashboards*
- 5.9.2. Transformar dados em valor
- 5.9.3. Integração de fontes
- 5.9.4. Relatórios

**5.10. Analíticas mobile**

- 5.10.1. Metodologias de medição e análise mobile
- 5.10.2. Métricas em Mobile: principais KPIs
- 5.10.3. Análise de rentabilidade
- 5.10.4. Mobile analytics

## Módulo 6. Análise dos resultados e aplicações dos Estudos de Mercado

### 6.1. Plano de análise da informação

- 6.1.1. Preparação de dados
- 6.1.2. Etapas do plano de análise
- 6.1.3. Esquema do plano de análise

### 6.2. Análise descritiva da informação

- 6.2.1. Conceito de análise descritiva
- 6.2.2. Tipos de análise descritiva
- 6.2.3. Programas estatísticos em análise descritiva

### 6.3. Análise bivariada

- 6.3.1. Contraste de hipóteses
- 6.3.2. Tipos de análise bivariada
- 6.3.3. Programas estatísticos na análise bivariada

### 6.4. Análise multivariada de dependência

- 6.4.1. Conceito e características
- 6.4.2. Tipos de análise multivariada de dependência

### 6.5. Análise multivariada de interdependência

- 6.5.1. Conceito e características
- 6.5.2. Tipos de análise multivariada de interdependência

### 6.6. Conclusões dos estudos de mercado

- 6.6.1. Diferenciação de análises de informação
- 6.6.2. Interpretação conjunta das informações
- 6.6.3. Aplicação dos resultados ao objeto da investigação

### 6.7. Elaboração do relatório

- 6.7.1. Conceito, utilidade e tipos
- 6.7.2. Estrutura do relatório
- 6.7.3. Regras de redação

### 6.8. Estudos de mercado internacionais

- 6.8.1. Introdução aos estudos de mercado internacionais
- 6.8.2. Processo dos estudos de mercado internacionais
- 6.8.3. A importância das fontes secundárias nos estudos internacionais

### 6.9. Estudos de viabilidade

- 6.9.1. Obtenção de informação sobre comportamentos e motivos de compra
- 6.9.2. Análise e avaliação da oferta competitiva
- 6.9.3. Estrutura e potencial do mercado
- 6.9.4. Intenção de compra
- 6.9.5. Resultados de viabilidade

### 6.10. Estudos de intenção de voto

- 6.10.1. Estudos pré-eleitorais
- 6.10.2. Sondagens à boca da urna
- 6.10.3. Estimativas de voto



06

# Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem. A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a *New England Journal of Medicine*.





“

*Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”*

A TECH Business School utiliza o Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo.

O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

*Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo”*



*Este programa prepara-o para enfrentar desafios empresariais em ambientes incertos e tornar o seu negócio bem sucedido.*



*O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira.*

## Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de formação intensiva, criado de raiz para oferecer aos gestores desafios e decisões empresariais ao mais alto nível, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.

*“O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reais”*

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

## Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina elementos didáticos diferentes em cada lição.

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

*O nosso sistema online permitir-lhe-á organizar o seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-o ao seu horário. Poderá aceder ao conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou móvel com uma ligação à Internet.*

Na TECH aprende- com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa escola de gestão é a única escola de língua espanhola licenciada para empregar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.





No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

*O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.*

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

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



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



#### Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



#### Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializada.

O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



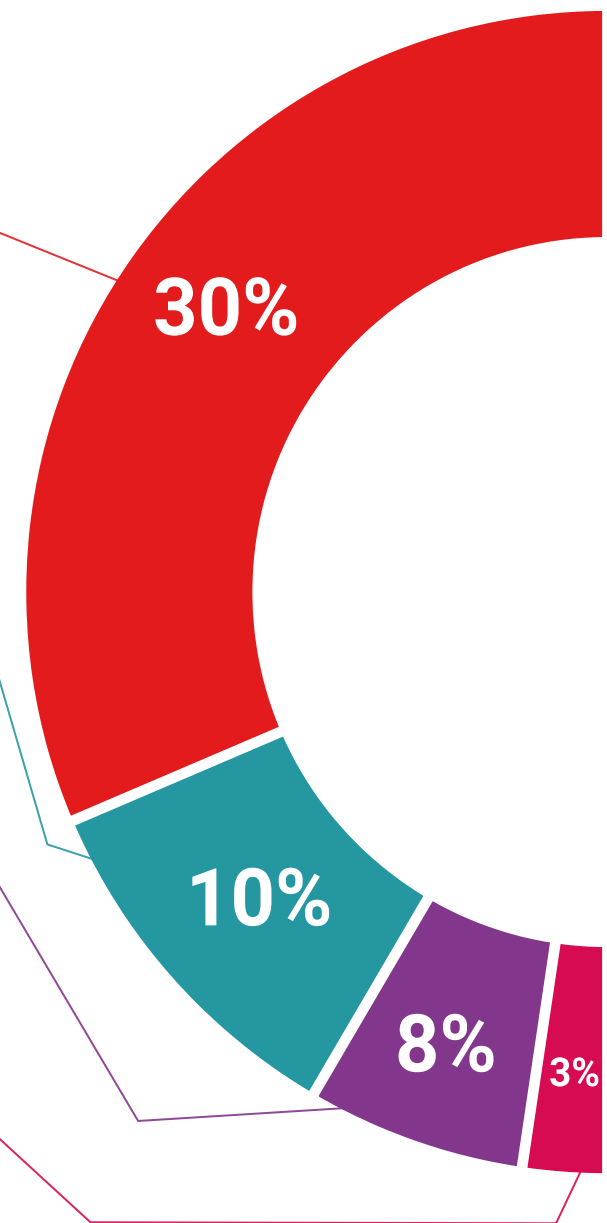
#### Práticas de aptidões e competências

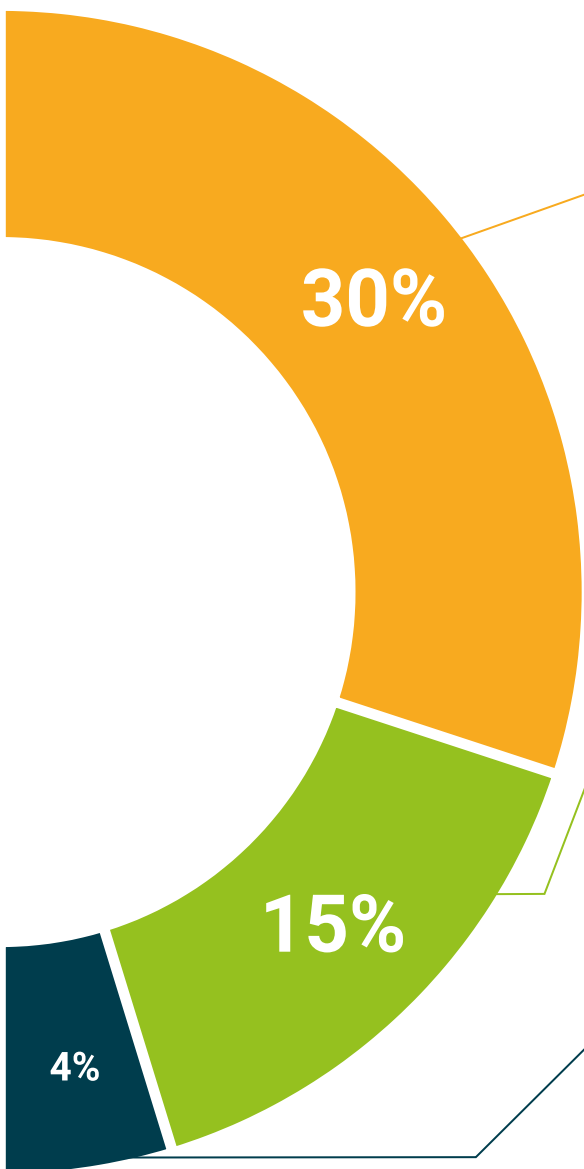
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um gestor de topo necessita de desenvolver no contexto da globalização em que vivemos.



#### 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 necessita para completar a sua capacitação.





#### Case studies

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e tutelados pelos melhores especialistas em gestão de topo na cena internacional.



#### Resumos interativos

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu".



#### Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.



07

# Perfil dos nossos alunos

O Programa de Desenvolvimento Diretivo em Estudos de Mercado destina-se a pessoas com estudos universitários e, pelo menos, quatro anos de experiência profissional, que querem transformar a sua carreira e orientá-la para a gestão empresarial.

A diversidade de participantes com diferentes perfis académicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste Programa de Desenvolvimento Diretivo.





“

*Se tem experiência em liderança e management, e procura uma melhoria interessante na sua carreira enquanto continua a trabalhar, este é o Programa de Desenvolvimento Diretivo para si”*

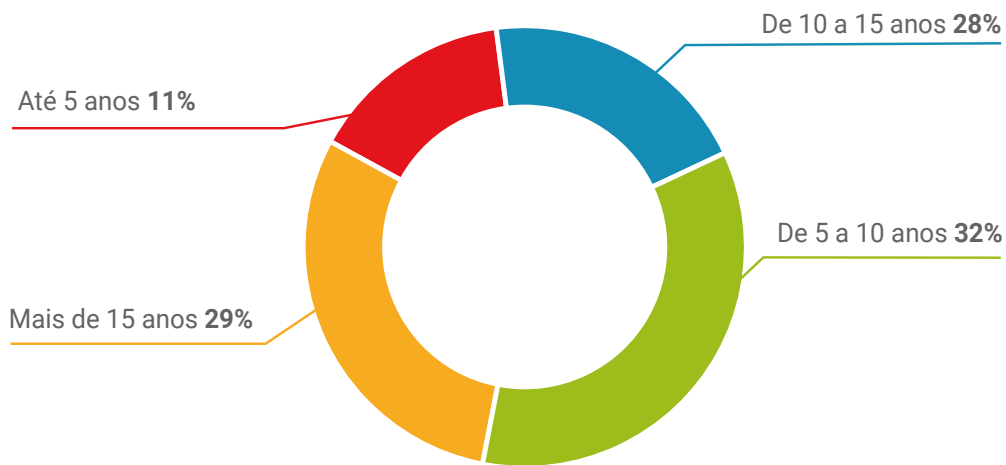
### Idade média

---

Entre **35** e **45** anos

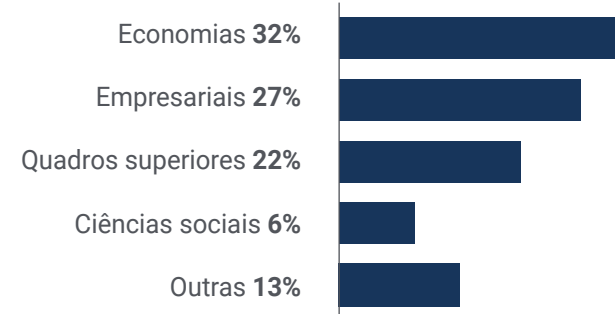
### Anos de experiência

---



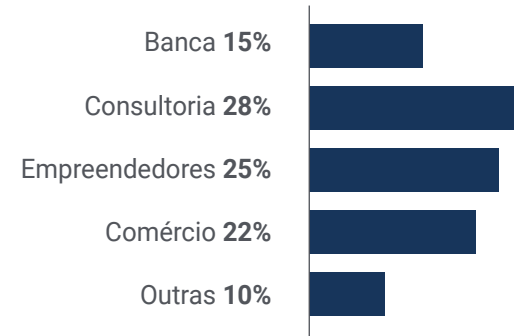
### Área de Estudo

---

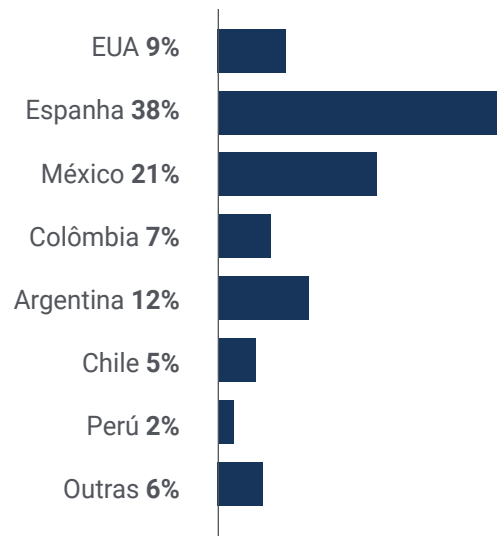


### Perfil académico

---



## Distribuição geográfica



## Manuela Ortega

**Diretora de uma empresa**

*"Por muito que se deseje, não é fácil considerar um Programa de Desenvolvimento Diretivo em Estudos de Mercado, sobretudo quando se tem de conciliar a atividade profissional com a vida familiar. No entanto, o Programa de Desenvolvimento Diretivo da TECH Universidade Tecnológica ofereceu-me a possibilidade de o fazer. O bom pessoal docente tornou a experiência e a aprendizagem ainda mais enriquecedoras. Em grande parte devido a isto, sou agora diretora de uma grande empresa de comunicação, um novo cargo que estou agora a desempenhar com entusiasmo e com o melhor das minhas capacidades. Em suma, a mudança por ter agido"*

08

# Direção do curso

A TECH selecionou para este Programa de Desenvolvimento Diretivo um corpo docente altamente qualificado e com uma vasta experiência no domínio da consultoria fiscal de empresas. Além de participarem na conceção e no desenvolvimento do Programa de Desenvolvimento Diretivo, também fornecem informações atualizadas e eficazes, que permitirão ao estudante ampliar os seus conhecimentos em benefício do setor.





A black and white photograph showing three people from a different perspective, looking down at a screen. The image is partially obscured by a dark blue diagonal shape that covers the top right and bottom right portions of the page.

“

*Dispomos de uma equipa docente com vasta experiência que o ajudarão a especializar-se neste setor”*

## Direção



### Dr. Adolfo López Rausell

- ♦ Comercial e Técnico de Investigação, Investgroup
- ♦ Consultor de Marketing, Alcoworking
- ♦ Diretor do Club de Innovación de la Comunidad Valenciana
- ♦ Licenciatura em Ciências Económicas e Empresariais, Universidade de Valência
- ♦ Licenciatura em Marketing, ESEM Business School
- ♦ Membro de: AECTA (membro do Conselho de Comunicação), AINACE (membro do Conselho de Administração), Club Marketing Valencia



09

# Impacto para a sua carreira

A TECH está consciente de que frequentar uma capacitação com estas características é um grande investimento económico, profissional e, claro, pessoal.

O objetivo final da realização deste grande esforço deve ser o de alcançar o crescimento profissional.



“

*Gerar uma mudança positiva na sua carreira profissional: esse é o nosso desafio. Estamos totalmente empenhados em ajudá-lo a alcançar este objetivo”*

## Está pronto para progredir na sua carreira? Espera-o um excelente aperfeiçoamento profissional

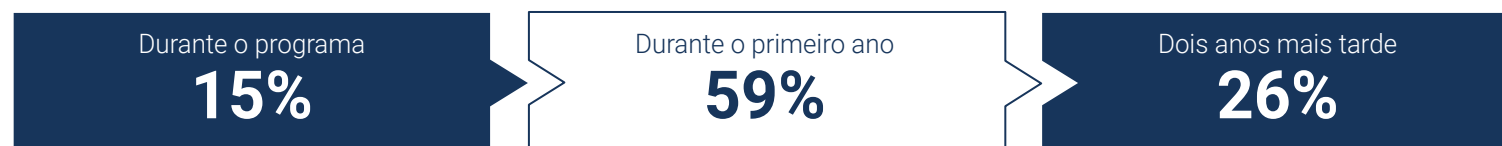
O Programa de Desenvolvimento Diretivo em Estudos de Mercado da TECH Universidade Tecnológica é uma capacitação intensa que o prepara para enfrentar desafios e decisões empresariais, tanto a nível nacional como internacional. O seu principal objetivo é promover o crescimento pessoal e profissional: ajudando-o a alcançar o sucesso.

Se quer superar-se a si mesmo, fazer uma mudança profissional positiva e relacionar-se com os melhores, este é o lugar para si.

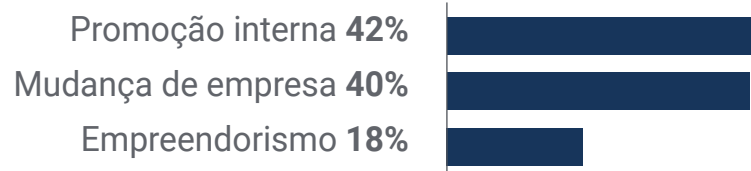
*Não perca a oportunidade de aprender connosco e verá como vai obter a melhoria que procurava.*

*Se quer fazer uma mudança positiva na sua profissão, o Programa de Desenvolvimento Diretivo em Estudos de Mercado ajudá-lo-á a consegui-lo.*

### Momento de mudança



### Tipo de mudança



## Melhoria salarial

---

A conclusão deste programa significa um aumento salarial de mais de **25,22%** para os nossos estudantes



10

# Benefícios para a sua empresa

O Programa de Desenvolvimento Diretivo de Estudos de Mercado contribui para elevar o talento da organização a todo o seu potencial através da capacitação de líderes de alto nível.

Completar este Programa de Desenvolvimento Diretivo em Estudos de Mercado é uma oportunidade única de aceder a uma poderosa rede de contactos, na qual poderá encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.





“

*O gestor trará para a empresa novos conceitos, estratégias e perspetivas que podem trazer mudanças significativas na organização”*

Desenvolver e reter o talento nas empresas é o melhor investimento a longo prazo.

01

### **Crescimento do talento e do capital intelectual**

O profissional vai levar para a empresa novos conceitos, estratégias e perspetivas que possam trazer mudanças relevantes na organização.

---

02

### **Reter gestores de alto potencial para evitar a perda de talentos**

Este programa reforça a ligação entre a empresa e o profissional e abre novos caminhos para o crescimento profissional dentro da empresa.

03

### **Construção de agentes de mudança**

Ser capaz de tomar decisões em tempos de incerteza e crise, ajudando a organização a ultrapassar obstáculos.

---

04

### **Maiores possibilidades de expansão internacional**

Este programa colocará a empresa em contacto com os principais mercados da economia mundial.

05

### **Desenvolvimento de projetos próprios**

O profissional pode trabalhar num projeto real ou desenvolver novos projetos no domínio de I&D ou Desenvolvimento Comercial da sua empresa.

---

06

### **Aumento da competitividade**

Este programa dotará os seus profissionais das competências necessárias para enfrentar novos desafios e assim impulsionar a organização.



11

# Certificação

O Programa de Desenvolvimento Diretivo de Estudos de Mercado garante, para além do conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um certificado de Programa de Desenvolvimento Diretivo emitido pela TECH Universidade.



“

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

Este **Programa de Desenvolvimento Diretivo de Estudos de Mercado** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de receção, o certificado\* correspondente ao título de **Programa de Desenvolvimento Diretivo** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela TECH Universidade Tecnológica expressará a qualificação obtida no Mestrado Próprio, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

**Certificação: Programa de Desenvolvimento Diretivo de Estudos de Mercado**

Modalidade: **online**

Duração: **6 meses**

ECTS: **36**



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



## Programa de Desenvolvimento Diretivo Estudos de Mercado

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 36 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

# Programa de Desenvolvimento Diretivo

## Estudos de Mercado

