

CURSO DE LICENCIATURA EM MARKETING FARMACÊUTICO

Unidade curricular:

ESTUDOS DE MERCADO

Curricular Unit:

MARKETING RESEARCH

Docente responsável (preencher o nome completo):

Responsible academic staff member (fill in the fullname):

Isabel Helena Gonçalves Novo da Hora Marques

Objectivos da unidade curricular e competências a desenvolver (1000 caracteres);

Objetivos:

- Saber avaliar a qualidade de um Estudo de Mercado;
- Saber desenvolver um Estudo de Mercado simples;
- Saber efetuar uma recolha de dados;
- Saber analisar os dados recolhidos;
- Saber apresentar, por escrito e oralmente, um Estudo de Mercado.

Competências:

O aluno deverá adquirir conhecimentos sobre o papel dos Estudos de Mercado na tomada de decisões, sobre quais os fatores a tomar em consideração na seleção de uma técnica de Estudo de Mercado e desenvolver o espírito crítico necessário para avaliar trabalhos de Estudos de Mercado e também para os desenvolver.

Objectives of the curricular unit and competences to be developed (1000 caracteres)

Objectives:

- evaluate the quality of a Marketing Research Survey;
- know how to do a simple Marketing Research study;
- know how to collect data;
- know how to analyse the collected data;
- know how to present, both in written and oral form, a Marketing Research Study.

Competences:

Students should:

- acquire knowledge on the role of Marketing Research in taking decisions, namely on the factors to be considered in selection of a Marketing Research technique;
- develop an in-depth approach and judgment to evaluate and develop Marketing Research studies.

Conteúdos programáticos (1000 caracteres):

1. Definição de “Estudos de Mercado”.
2. Tipos de pesquisas.
3. Tipos, fontes e formas de recolha de dados.
4. Medidas e instrumentos de recolha de dados.
5. Amostragem e números de elementos da amostra.
6. Definição do problema.
7. Planeamento de um Estudo de Mercado
8. Recolha e processamento de dados.
9. Análise dos dados
10. Comunicação dos Resultados
11. Técnicas qualitativas versus técnicas quantitativas.
12. Alguns exemplos de Estudos de Mercado na Área da Saúde.

Syllabus (1000 caracteres)

1. "Marketing Research" definition.
2. The research process: different types .
3. How to collect data: sources and methods.
4. Data collection: measurement and instruments.
5. Sampling and sample elements number.
6. Problem definition.
7. Planning Marketing Research.
8. Data collection and processing.
9. Data analysis.
10. Communicating Results.
11. Qualitative techniques vs Quantitative techniques .
12. Some examples on Marketing Research in the Human Health Industry.

Referências bibliográficas (máximo três títulos):

- 1 – Churchill Jr, G. A., “Marketing Research – Methodological Foundations”, The Dryden Press, 6th Ed., 1995
- 2 – Aaker, Kumar, Day, “Marketing Research”, John Wiley & Sons, Inc., 7th edition
- 3 – Mattar, Fauze N., “Pesquisa de Marketing – Edição Compacta”, Edições Atlas

O regente (data e assinatura):