

Caraterização da Unidade Curricular / Characterisation of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular / Curricular Unit:	[31821522] Metodologias de Investigação Aplicadas ao Marketing		
	[31821522] Marketing Research Methodologies		
Plano / Plan:	Mestrado em Marketing		
Curso / Course:	Mestrado em Marketing		
	Marketing		
Grau / Diploma:	Mestre		
Departamento / Department:	Departamento de Gestão		
Unidade Orgânica / Organic Unit:	Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu		
Área Científica / Scientific Area:	Disciplina da Pós-Graduação (Curricular), Marketing		
Ano Curricular / Curricular Year:	1		
Período / Term:	S1		
ECTS:	6		
Horas de Trabalho / Work Hours:	0159:00		
Horas de Contacto/Contact Hours:			
(T) Teóricas/Theoretical:	0000:00	(TC) Trabalho de Campo/Fieldwork:	0000:00
(TP) Teórico-Práticas/Theoretical-Practical:	0016:00	(OT) Orientação Tutorial/Tutorial Orientation:	0000:00
(P) Práticas/Practical:	0016:00	(E) Estágio/Internship:	0000:00
(PL) Práticas Laboratoriais/Practical Labs:	0000:00	(O) Outras/Others:	0000:00
(S) Seminário/Seminar:	0000:00		

Docente Responsável / Responsible Teaching

[3041] Carla Manuela Ribeiro Henriques [3203] Suzanne Fonseca Amaro ;

Docentes que lecionam / Teaching staff

[3041] CARLA MANUELA RIBEIRO HENRIQUES

[3104] Joaquim Gonçalves Antunes

[3203] SUZANNE FONSECA AMARO

Objetivos de Aprendizagem

O objetivo principal desta unidade curricular é preparar os alunos para a investigação que têm de realizar não só no âmbito das suas dissertações/estágios/projetos no 2.º ano, mas também em várias unidades curriculares do 1.º ano. Em particular, os objetivos desta unidade curricular são:

- Descobrir o universo da investigação científica e conhecer as diversas metodologias de investigação
- Desenvolver a capacidade crítica dos alunos
- Consciencializar para a escrita académica
- Saber analisar dados, recorrendo a técnicas descritivas e inferenciais adequadas, de modo a retirar conclusões e tomar decisões
- Desenvolver nos alunos a capacidade para escolher entre as diferentes ferramentas estatísticas de análise de dados, selecionando a(s) mais adequada(s) para cada caso de estudo e analisar os respetivos resultados
- Capacitar para a utilização de software que auxilie na investigação

Learning Outcomes of the Curricular Unit

The main aim is to prepare students for research that they need to carry out not only in their 2nd year with their dissertations/projects/internships, but also in other curricular units in the first year. In particular, the learning outcomes of this curricular unit are to:

- Discover scientific research and learn about different research methods
- Increase critical thinking skills
- Raise awareness of academic writing
- Qualify students to know how to analyse data using appropriate descriptive and inferential techniques, in order to draw conclusions and make decisions
- Develop the ability to choose between different tools of statistical data analysis by selecting the most appropriate for each case study and analyse the respective results
- Enable students to use appropriate software for research

Conteudos Programáticos (Lim:1000)

1. O Processo de Investigação
 - 1.1 Definição do Problema de Investigação
 - 1.2 A Revisão da Literatura (como fazer pesquisas bibliográficas e citações)
 - 1.3 A ética na investigação
 - 1.4 A elaboração da proposta de investigação
 - 1.5 As metodologias de investigação (quantitativa, qualitativa, triangulação, experimentação)
2. Metodologias de Análise de Dados
 - 2.1 Conceito e tipos de amostragem
 - 2.2 Introdução ao SPSS
 - 2.3 Análise exploratória de dados (medidas descritivas; representação gráfica e tabular)
 - 2.4 Inferência Estatística (Estimação pontual e intervalar; Testes de hipóteses paramétricos e não paramétricos usuais; Análise de Variância).
 - 2.5 Analisar resultados, concluir e redigir

Syllabus (Lim:1000)

1. The Research Process
 - 1.1. Definition of the Research Problem
 - 1.2. Literature Review (how to make bibliographic citations and research)
 - 1.4. Ethics in research
 - 1.5. The preparation of the research proposal
 - 1.6. Research methods (quantitative, qualitative, triangulation, experimentation)
2. Data Analysis Methodologies
 - 2.1 Concept and types of sampling
 - 2.2 Introduction to SPSS
 - 2.3 Exploratory data analysis (descriptive measures; graphical and tabular representations)
 - 2.4 Statistical Inference (point and interval estimation, usual parametric and nonparametric hypotheses tests; Analysis of Variance).
 - 2.5 Analyze results, conclude and report

Metodologias de Ensino (Avaliação incluída; Lim:1000)

Durante o semestre são utilizadas sessões em sala de aula para a apresentação dos vários tópicos constantes dos conteúdos programáticos. São utilizados exemplos práticos da área do Marketing na ilustração da aplicação das técnicas estatísticas, como forma de potenciar a compreensão das técnicas e a sua utilidade prática. De notar, ainda, que é organizada uma sessão, em conjunto com a Biblioteca da Escola, de como efetuar pesquisas e fazer referências.

Os alunos serão avaliados através dos seguintes elementos:

- Elaboração de um trabalho sobre o processo de investigação (20%)
- Prova escrita sobre metodologias de análise de dados (60%)
- Trabalhos Práticos (de grupo/individuais) de aplicação de metodologias de análise de dados (20%)

Observações:

- A prova escrita tem nota mínima de 8,5 valores.
- No trabalho de grupo, a classificação de cada aluno pode ter em conta a defesa do trabalho.

Teaching Methodologies (Including evaluation; Lim:1000)

During the semester, the lectures present the syllabus topics. Practical examples of the field of Marketing are used to illustrate the application of statistical techniques, in order to enhance the understanding of the techniques and their practical use.

Students are assessed by:

- Assignment regarding the investigation process (20%)
- Written test on data analysis methodologies (60%)
- Practical assignments (group / individual) applying data analysis methodologies (20%)

Notes:

- The written test has a minimum grade of 8.5 points.
- The classification of each student at the practical group assignment might take into consideration an oral presentation of the work.

Bibliografia de Consulta (Lim:1000)

- Biggam, J. (2021). Succeeding with your master's dissertation: *A step by step handbook* (5th Ed.). McGrawHill. COTA na Biblioteca [001.89 BIG]
- Heath, M. & Tynan, C. (2010). Crafting a research proposal. *The Marketing Review*, 10 (2), 147-168.
- Leedy, P. D., & Ormrod, J. E. (2018). Practical Research: Planning and Design (12th Ed.). Pearson College Division.
- Malhotra, N.K. (2019). Marketing Research: An Applied Orientation (7th ed.). Pearson.
- Maroco, J. (2018). Análise Estatística com o SPSS Statistics. Report Number.
- Pereira, A. & Patrício, T. (2013). Guia Prático de utilização do SPSS: Análise de Dados para as Ciências Sociais e Psicologia. Edições Sílabo.
- Pestana, M. H. & Gageiro, J. N. (2014). Análise de Dados para Ciências Sociais - A complementaridade do SPSS. Edições Sílabo.
- Quivy, R. & Champenhoud, L. (2003). Manual de investigação em Ciências Sociais. Gradiva.

Bibliography (Lim:1000)

- Biggam, J. (2011). Succeeding with your master's dissertation: A step-by-step handbook. McGrawHill.
- Heath, M. & Tynan, C. (2010). Crafting a research proposal. *The Marketing Review*, 10(2), 147-168.
- Leedy, P. D., & Ormrod, J. E. (2015). Practical Research: Planning and Design: Pearson College Division.
- Malhotra, N.K. (2019). Marketing Research: An Applied Orientation (7th ed.). Pearson.
- Maroco, J. (2018). Análise Estatística com o SPSS Statistics. Pero Pinheiro: Report Number. (ESTGV:519.2 MAR)
- Pereira, A. & Patrício, T. (2013). Guia Prático de utilização do SPSS: Análise de Dados para as Ciências Sociais e Psicologia. Sílabo
- Pestana, M. H. & Gageiro, J. N. (2014). Análise de Dados para Ciências Sociais - A complementaridade do SPSS. Edições Sílabo.
- Quivy, R. & Champenhoud, L. (2003). Manual de investigação em Ciências Sociais. Gradiva.

Observações

Nada a assinalar.

Observations

Nothing to add.

Observações complementares