

# ÍNDICE

	Pág.
<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>4</b>
<b>2. METODOLOGIA PARA O PROCESSO DE OBTENÇÃO DE DADOS</b>	<b>6</b>
<b>2.1. Design do estudo.....</b>	<b>6</b>
2.1.1. Pesquisa Exploratória .....	8
2.1.2. Definição da Informação Necessária para o Estudo Específico de Marketing .....	14
2.1.3. Método de Recolha dos Dados Primários.....	18
2.1.3.1. <i>Método da observação</i> .....	22
2.1.3.2. <i>Método da comunicação</i> .....	26
2.1.3.3. <i>Comparação entre o método de comunicação e o de observação</i> .....	38
2.1.4. Métodos de Medição e de Escala.....	41
2.1.4.1. <i>Tipos básicos de escala</i> .....	42
2.1.4.2. <i>Escalas técnicas utilizadas em Marketing</i> .....	47
2.1.4.3. <i>Qual a escala mais apropriada?</i> .....	54
2.1.5. Construção do Instrumento de Recolha dos Dados.....	55
2.1.5.1. <i>Observação</i> .....	56
2.1.5.2. <i>Questionário</i> .....	56
2.1.5.3. <i>Instruções para a utilização do instrumento</i> .....	70
2.1.6. Método de Amostragem e Cálculo da Dimensão da Amostra.....	70
2.1.6.1. <i>Fases do processo de amostragem</i> .....	73
<b>2.2. Trabalho de Campo.....</b>	<b>97</b>
<b>3. METODOLOGIA PARA O TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS</b>	<b>105</b>
<b>3.1. Fases Do Processo De Preparação Dos Dados.....</b>	<b>106</b>
<b>3.2. Classificação Das Técnicas Estatísticas.....</b>	<b>115</b>
<b>3.3. Métodos De Análise De Dados Utilizados Em Marketing.....</b>	<b>119</b>
3.3.1. <i>Análise Clusters</i> .....	119
3.3.1.1. <i>Fases da análise de clusters</i> .....	121
3.3.1.2. <i>Programas informáticos</i> .....	133
3.3.2. <i>Análise Factorial</i> .....	133
3.3.2.1. <i>Fases da análise factorial</i> .....	135
3.3.2.2. <i>Programas aplicados à análise factorial</i> .....	145
3.3.3. <i>Ordenação Multidimensional (MDS)</i> .....	146
3.3.3.1. <i>Fases da análise MDS</i> .....	148
3.3.3.2. <i>Incorporação das preferências no MDS</i> .....	153
3.3.3.3. <i>Comparação do MDS com outras técnicas</i> .....	154

3.3.3.4. <i>Programas que permitem conduzir esta análise</i> .....	154
3.3.4. Análise de Correspondência.....	155
3.3.5. Análise Conjunta (Conjoint Analysis) .....	157
3.3.5.1. <i>Fases do método da análise conjunta</i> .....	158
3.3.5.2. <i>Programas para a análise conjunta</i> .....	165
3.3.6. Análise de Preferências.....	165
3.3.6.1. <i>Modelo de vector</i> .....	168
3.3.6.2. <i>Ponto ideal</i> .....	169
BIBLIOGRAFIA .....	170