

ÍNDICE	7
INTRODUÇÃO	11
Capítulo I. CONCEITOS	13
1.1 Mercado.....	13
1.2 Pesquisa de Mercados	15
1.3 O Valor da Informação	18
1.3.1 Para Empresas de Grande Dimensão.....	18
1.3.2 Para Pequenas e Médias Empresas.....	22
Capítulo II. DESIGN DO ESTUDO DE MERCADO OU DE SONDAGEM	26
2.1 Conceitos	27
2.2 Etapas do processo de Sondagem	28
2.3. Avaliação e Cronograma	32
Capítulo III. MÉTODOS DE INVESTIGAÇÃO E FONTES DE INFORMAÇÃO	33
3.1 Tipos de Investigação.....	34
3.2 Fontes De Informação	34
3.2.1 A Informação Secundária	35
3.2.2 A Informação Primária.....	37
Capítulo IV. CONSTRUÇÃO DE QUESTIONÁRIOS	41
4.1 Tipo de Questões.....	42
4.2 Variáveis Latentes	45
4.3 Tipo de Escalas, Aplicações e Testes Estatísticos	46
4.4 Validade de um Estudo de Mercado	52
Capítulo V. PROCESSO DE AMOSTRAGEM	57
5.1 Conceitos	57
5.2 Seleção de Técnica Amostral.....	60
5.3. Amostras Aleatórias	61
5.3.1 Simples	61
5.3.2 Sistemática.....	61
5.3.3 Estratificada	62
5.3.4 Por Clusters.....	62
5.3.5 Multi-etapas	63
5.3.6 Multi-Fases.....	63
5.4 Amostras não Aleatórias	63
5.4.1 Intencional.....	64
5.4.2 Snowball (Bola de Neve).....	64
5.4.3 Conveniência.....	64
5.4.4 Por Quotas.....	65

5.4.5 Random Route.....	66
5.5 Dimensão da Amostra	66
5.5.1 Cálculo da dimensão da amostra em amostragens não aleatórias	68
5.5.2 Cálculo da dimensão da amostra em amostragens aleatórias	69
Capítulo VI. TRATAMENTO DE DADOS (Com recurso ao SPSS).....	72
Capítulo VII. ANÁLISE DE DADOS	79
7.1 Distribuição de Frequências	80
7.2 Estatística Descritiva	82
Capítulo VIII. ANÁLISE UNIVARIADA	87
8.1 A Análise de Variáveis Qualitativas	88
8.1.1 Teste Binomial.....	88
8.1.2 Teste do Qui-Quadrado.....	90
8.1.3 Teste De Aderência à Normalidade Kolmogorov-Smirnov (K-S).....	91
8.1.4 Teste de Shapiro-Wilk	93
8.2 A análise de variáveis Contínuas.....	94
8.2.1 Coeficientes de Assimetria e Achatamento	94
8.2.2 Teste <i>t</i> para a Média	95
8.2.3 Amostras Emparelhadas	96
8.2.3.1 Teste de McNemar para duas amostras.....	96
8.2.3.2 Teste <i>t</i> para amostras emparelhadas	98
8.2.4 Testes de Sinal e Wilcoxon para amostras emparelhadas.....	100
8.2.4.1 Teste do Sinal (variável ordinal)	100
8.2.4.2 Teste de Wilcoxon (variável intervalo/rácio)	101
Capítulo IX. ANÁLISE BIVARIADA	103
9.1 Teste do Qui-quadrado ou de Pearson.....	103
9.2 Medidas de Associação.....	106
9.2.1 Baseadas no qui-Quadrado.....	106
9.2.2 Baseadas na Redução Proporcional do Erro	107
9.2.3 Medidas de Associação para variáveis ordinais.....	109
9.2.4 Outras Medidas de Associação, para variáveis ordinais quantitativas.....	114
9.3 Teste de Levene	115
9.4. Análise Inferencial.....	116
9.4.1 Teste do Kolmogorov-Smirnov	116
9.4.2 Teste <i>t</i> para Comparação de duas Medias.....	117
9.4.3 Teste Mann-Whitney	120
9.5 Análise da Variância	122
9.6 Testes Post-Hoc.....	130
9.6.1 Amostras de tamanho similar e Igualdade das Variâncias.....	131
9.6.1.1 Teste às Médias de Newman-Keuls.....	131
9.6.1.2 Teste de Scheffé	132
9.6.1.3 A estatística de Teste de Tukey.....	133

.....66	9.6.1.4 O teste de <i>Fisher's-LSD</i>	134
.....66	9.6.1.5 O teste de <i>Bonferroni</i>	134
.....68	9.6.1.6 O teste de <i>Waller-Duncan t Test</i>	135
.....69	9.6.2 Diferentes Tamanhos de Amostra e não Igualdade das Variâncias.....	136
.....72	9.6.2.1 Teste <i>Games-Howell Pairwise Comparison Test</i>	137
.....72	9.6.2.2 Teste <i>Tamhane's T2</i>	137
.....79	9.6.2.3 Teste <i>Tamhane's T3</i>	137
.....80	9.6.2.4 Teste <i>Dunnett's C</i>	137
.....80	9.6.3 Testar mais de duas amostras quando não existe igualdade das Variâncias.....	137
.....82	9.6.3.1 Teste de <i>Kruskal-Wallis</i>	137
.....82	9.6.3.2 Teste <i>Q</i> de <i>Cochran</i> para várias amostras emparelhadas (<i>Proporções</i>).....	140
.....87	Capítulo X. ANÁLISE MULTIVARIADA	142
.....88	10.1 One-Way Anova a mais de um factor (<i>ANOVA Factorial</i>).....	144
.....88	10.2 Análise Classificação Ascendente Hierárquica (<i>CAH</i>), de	
.....90	Segmentação (<i>Clusters</i>).....	151
.....91	10.3 Análise de Componentes Principais (<i>Medição de Variáveis</i>	
.....93	<i>Latentes</i>).....	170
.....94	10.4 Análise de Regressão.....	182
.....94	10.4.1 Análise de Regressão Linear Simples.....	182
.....95	10.4.2 Análise de Regressão Linear Múltipla.....	188
.....96	10.5 Análise Discriminante.....	197
.....96	10.6 Análise Fatorial de Correspondências.....	206
.....98	10.6.1 Análise de Correspondências Simples - <i>ANACOR</i>	207
.....100	10.6.2 Análise de Homogeneidade.....	210
.....100	10.6.3 Posicionamento Multidimensional (<i>MDS</i>).....	220
.....101	Capítulo XI. NOVAS TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS	225
.....103	11.1 Análise de Modelos de Equações Estruturais (<i>SEM</i>).....	225
.....106	11.1.1 Análise Fatorial Confirmatória (com Modelos de Equações estruturais - <i>SEM</i>).....	226
.....106	11.2 Data Mining (<i>Mineração ou Exploração para grande número</i>	
.....107	<i>de Dados</i>).....	247
.....109	11.2.1 Aprendizagem Automática e Data Mining - Árvores de Classificação.....	251
.....114	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	273
.....115		
.....116		
.....116		
.....117		
.....120		
.....122		
.....130		
.....131		
.....131		
.....132		
.....133		