



Ficha de Unidade Curricular

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Metodologia e Research

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Methodology and Research

SIGLA DA ÁREA CIENTÍFICA EM QUE SE INSERE / SCIENTIFIC AREA ACRONYM

CS

DURAÇÃO / DURATION (Anual, Semestral)

Semestral

HORAS DE TRABALHO / WORK HOURS (número total de horas)

140

HORAS DE CONTACTO / CONTACT HOURS (discriminadas por tipo de metodologia adotado - T - Teórico; TP - Teórico-prático; PL - Prático e laboratorial; S- Seminário; OT - orientação tutorial)

T: 10; TP:20

ECTS

5



OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

OBSERVATIONS

DOCENTE RESPONSÁVEL E RESPETIVA CARGA LETIVA NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Filipe José de Oliveira Frescata e Marques Montargil - 8 horas

RESPONSIBLE ACADEMIC STAFF MEMBER AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT (FILL IN THE FULLNAME):

Filipe José de Oliveira Frescata e Marques Montargil - 8 hours

OUTROS DOCENTES E RESPETIVAS CARGAS LETIVAS NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Madalena Santo - 22 horas

OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:

Madalena Santo - 22 hours

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM (CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER PELOS ESTUDANTES):

A unidade curricular oferece uma visão geral do processo de realização de estudos de opinião e mercado, em três componentes centrais: a realização de desk research, estudos regulares e estudos ad hoc.

Pretende-se que, no final do curso, os Alunos consigam (i) realizar o seu próprio desk research, com autonomia, (ii) conheçam os principais estudos regulares disponíveis no mercado e (iii) consigam perceber o processo global de preparação e estruturação de um estudo de mercado ad hoc, incluindo o briefing e a preparação de uma proposta.



LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

The course offers an overview of the process of conducting opinion and market studies in three central components: desk research, regular studies and ad hoc studies.

At the end of the course Students are expected to (i) conduct their own desk research, autonomously, (ii) to know the main regular studies available in the market and (iii) to understand the overall process of preparation and structuring of an ad hoc market research project, including the briefing and the preparation of a proposal.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

1. Conceitos fundamentais
2. Utilizações do research no *branding* e em *content marketing*
3. A investigação nas ciências sociais e a produção de conhecimento
4. Recursos para *desk research*
5. Estudos regulares
6. Estudos ad hoc

SYLLABUS:

1. Fundamental concepts
2. Uses for research in branding and in content marketing
3. Research in the social sciences and the production of knowledge
4. Resources for desk research
5. Panels
6. Ad hoc research

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR:

O programa encontra-se estruturado de forma a que os Alunos possam ter um conhecimento aprofundado sobre as relações entre a metodologia e a área de research. Pretende-se, desta forma, que consigam pensar o desenvolvimento de estudos de opinião e mercado num enquadramento metodológico adequado.



DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES:

The syllabus is structured to allow Students to access a thorough understanding of the relationships between methodology and market and opinion research. Thus it is intended that they can think the development of market and opinion research with a sound methodological approach.

METODOLOGIAS DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUÍDA):

Apresentação oral da matéria, acompanhada de elementos de apoio (projeção visual). Exposição de casos de estudo.

Avaliação: trabalhos de grupo e teste individual.

TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION):

Oral presentation of the contents, with the use of supporting elements (visual projection). Presentation of case studies.

Evaluation: Group assignments and individual test

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR:

O caráter teórico da disciplina pressupõe a exposição oral da matéria e o devido acompanhamento visual de forma a melhor ilustrar o que se pretende transmitir. A exposição de casos de estudo possibilita uma melhor percepção, aplicabilidade e adaptação das temáticas aos conteúdos adotados. A realização dos trabalhos previstos permite aplicar os conhecimentos e as competências adquiridas.

DEMONSTRATION OF THE COHERENCE BETWEEN THE TEACHING METHODOLOGIES AND THE LEARNING OUTCOMES:

The theoretical nature of the subject requires the oral presentation of contents, with visual supporting elements in order to better illustrate what is intended. The presentation of case studies provides greater insight, applicability and adaptation of themes to the adopted contents. The assignments allow to apply the knowledge and skills acquired.



BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL:

MAIN BIBLIOGRAPHY:

? **Lopes, José Luís Pessoa** ; ?Fundamental dos Estudos de Mercado? , Edições Sílabo, 2010 ? 2ª Edição

? **Malhotra, Naresh K; Birks, David F.**; ?Marketing Research ? an Applied Approach?. Prentice Hall 2007

? **Oliveira, José Vidal** ; ?Marketing research ? Investigação em Marketing? - Vol I, Edições Sílabo, 2012 ? 1ª Edição

? **Oliveira, José Vidal**; ?Marketing research ? Investigação em Marketing? - Vol II, Edições Sílabo, 2014 ? 1ª Edição

? **Schroiff , Hans-Willi** ?The Market Research Process?, in Esomar, *Market Research Handbook* (2007) (5ª edição). West Sussex: Wiley.

? **Smith, DVL** ? The Role and Changing Nature of Marketing Intelligence?, in Esomar, *Market Research Handbook* (2007),(5ª edição). West Sussex: Wiley.