

## Exemplos de questões - Análise e Pesquisa de Mercados

**1)** Como vimos, existem empresas fornecedoras de estudos de mercado, empresas utilizadoras e empresas fornecedoras e utilizadoras, simultaneamente. Apresente dois exemplos de empresas para cada uma das três situações apresentadas.

**2)** A Pesquisa de Mercados tem assumido uma importância crescente nas empresas, nos últimos 30 anos. Aponte três grandes causas para tal evolução, com um exemplo para cada causa (máximo de 8 linhas de resposta).

**3)** "O objectivo da Análise e Pesquisa de Mercados é reduzir o erro e alargar a perspectiva da tomada de decisão". Comente a afirmação.

**4)** Qualquer estudo de mercado incorpora um conjunto de erros, uns de amostragem e outros extra-amostragem. Que tipos de erros de resposta poderão surgir num estudo de mercado?

**1)** As escalas dicotómicas são boas quando:

- Os respondentes possuem elevadas habilitações
- Os respondentes não são pessoas dignas de confiança
- Os respondentes possuem baixas habilitações
- Os respondentes não são pessoas esforçadas

**2)** Uma das desvantagens do método das entrevistas pessoais é:

- O fraco controlo
- O custo elevado
- As taxas de resposta
- A falta de flexibilidade

**3)** Em relação às escalas de Intervalo, as escalas de Rácio acrescentam:

1/2

- Maior confusão para o respondente
  - Maior sofisticação ao questionário
  - O zero absoluto
  - Não acrescentam nada
- 4) As escalas ordinais não permitem:**
- Fazer médias com os resultados
  - Fazer frequências dos resultados
  - Fazer gráficos com os resultados
  - Fazer relatórios com base nos resultados