



Análise Quantitativa de Dados em Marketing

Mestrado em Marketing



Ana Brochado
Professora Catedrática
ana.brochado@iseg.ulisboa.pt

Ficha n.º 3

ANÁLISE UNIVARIADA

VARIÁVEIS NOMINAL & ORDINAL

1. Caracterize o perfil demográfico e socio-económico dos respondentes, considerando as seguintes variáveis:

- Sexo: PIVQ3
- Grupo etário*: AgeGroup
- Estado Civil: PIVQ4
- Situação no mercado de trabalho: PIVQ5
- Região de Origem: Origin

* Variável transformada (ver Ficha n.º 2)

Analyze – Descriptive Statistics – Frequencies

Analyze – Tables – Custom Tables

2. Prepare uma Tabela síntese do perfil demográfico e socioeconómico dos respondentes num formato adequado à respetiva inclusão num relatório. Comente a Tabela.

3. Identifique o critério mais importante na escolha de um hostel (PIIQ2).

Analyze – Descriptive Statistics – Frequencies

VARIÁVEIS SCALE

4. Nas variáveis PIIQ1.1 a PIIQ1.10 está registado o grau de importância atribuído pelos respondentes a 10 critérios na escolha de um hostel

(1 – ‘not important’ a 7 – ‘very important’)

- Calcule a média, mediana, desvio-padrão, valor mínimo e valor máximo.
- Comente os resultados.

Analyze – Descriptive Statistics – Explore

Analyze – Descriptive Statistics – Descriptive

Analyze – Tables – Custom Tables

5. Efetue o estudo de *outliers* da variável PIQ6 (‘How many nights are you planning to stay in Lisbon’?)

Analyze – Descriptive Statistics – Explore