

Programa Avançado Pesquisa e Mercados





tech universidade
tecnológica

Programa Avançado Pesquisa e Mercados

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtitute.com/br/engenharia/programa-avancado/programa-avancado-pesquisa-mercados

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estrutura e conteúdo

pág. 12

04

Metodologia

pág. 18

05

Certificado

pág. 26

01

Apresentação

No campo da pesquisa de mercado, a Estatística Aplicada é um guia indispensável para a tomada de decisões e o estabelecimento de diretrizes de ação de acordo com as tendências sociais, econômicas ou políticas a serem estudadas. Entretanto, esta disciplina requer um conhecimento amplo e especializado das fontes e técnicas mais úteis e eficazes de coleta de informações, nas quais o engenheiro poderá trabalhar durante o estudo deste programa. Através de 450 horas de experiência acadêmica multidisciplinar, o aluno estará imerso em uma jornada exaustiva através dos fundamentos da pesquisa comercial e análise de mercado, concentrando-se nos procedimentos e aplicações desta área no contexto atual. Tudo isso durante 6 meses nos quais você sem dúvida aperfeiçoará o uso das melhores técnicas de segmentação e processamento de pesquisas através de uma qualificação 100% online.



“

Um programa 100% online que fará de você uma referência significativa no campo da pesquisa de mercado através das Estatísticas Aplicadas”

A estatística é sem dúvida uma das ferramentas mais importantes na pesquisa de mercado. Graças às técnicas de coleta, análise e gestão das informações tratadas por esta disciplina, é possível interpretar dados referentes a tendências ou comportamentos atuais ou futuros, permitindo aos profissionais desta área oferecer diretrizes de ação eficientes e eficazes para ações de marketing, campanhas políticas, publicidade, etc. Graças ao uso de variáveis de probabilidade, a tomada de decisões é mais segura, aumentando as possibilidades de atingir as metas estabelecidas por qualquer empresa ou entidade.

Com base nisso, a TECH e sua equipe de profissionais na área de Estatística Aplicada desenvolveram este Programa Avançado, uma experiência acadêmica completa e abrangente 100% online através da qual o aluno poderá realizar uma imersão neste campo através de 450 horas de capacitação multidisciplinar. Trata-se de um capacitação que se aprofunda nas fontes e técnicas de coleta de informações sociais e de mercados, bem como nas estratégias de pesquisa comercial e analítica, seus procedimentos e sua ampla variedade de aplicações. Além disso, o aluno aprenderá em detalhes as mais recentes técnicas de segmentação e processamento de pesquisas por meio de uma revisão exaustiva dos principais métodos de estudo e análise.

É, portanto, uma oportunidade única de adquirir conhecimentos amplos e especializados através de uma experiência acadêmica flexível, abrangente e dinâmica. Além do programa de estudos, o aluno terá uma infinidade de material adicional apresentado em diferentes formatos: vídeos detalhados, artigos de pesquisa, leituras complementares, resumos dinâmicos, casos de uso para aperfeiçoar suas habilidades e muito mais! Conclusão: tudo o que você precisa para adquirir um manejo profissional de alto nível de pesquisa de mercado no contexto atual.

Este **Programa Avançado de Pesquisa e Mercados** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ◆ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Estatística Aplicada
- ◆ O conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático fornece informações técnicas e práticas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional.
- ◆ Exercícios práticos onde o processo de autoavaliação é realizado para melhorar a aprendizagem
- ◆ Destaque especial para as metodologias inovadoras
- ◆ Lições teóricas, perguntas aos especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ◆ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet



Em apenas 450 horas de experiência acadêmica multidisciplinar, você dominará as principais fontes e técnicas de coleta de informações sociais e de mercados"

“

Você gostaria de implementar os fundamentos mais inovadores da pesquisa de mercado em sua prática? Não espere mais e inscreva-se neste programa que lhe dará tudo o que você precisa para alcançar suas metas profissionais"

O corpo docente deste curso inclui uma equipe de profissionais da área do setor que transferem a experiência do seu trabalho para esta capacitação, além de especialistas reconhecidos de referência e universidades de prestígio

O conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, permitirá ao profissional uma aprendizagem contextualizada, ou seja, realizada através de um ambiente simulado, proporcionando uma capacitação imersiva e programada para praticar diante de situações reais.

A estrutura deste programa se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, onde o profissional deverá tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que surjam ao longo do curso acadêmico. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

Se você está procurando uma capacitação que desenvolva as estratégias de pesquisa, medição de fontes de informação e avaliação, este Programa Avançado é perfeito para você.

Você terá acesso a um Campus Virtual compatível com qualquer dispositivo com conexão à Internet, seja um tablet, um computador ou um telefone celular. Além disso, você poderá acessar sem limites de horários.



02 Objetivos

O desenvolvimento deste Programa Avançado de Pesquisa e Mercados foi realizado com o objetivo de disponibilizar a todos os profissionais desta área as informações mais completas e inovadoras, o que lhes permite obter uma capacitação de forma garantida e em apenas 6 meses de formação 100% online. É por isso que a TECH fornecerá aos estudantes que escolherem este programa o material teórico, prático e adicional que lhes ajudará a alcançar seus próprios objetivos de forma garantida, através de uma experiência acadêmica flexível e dinâmica, adaptada à demanda atual de trabalho.



“

Quanto mais ambiciosos forem seus objetivos, mais você será capaz de estudar este Programa Avançado graças a todo o material teórico, prático e adicional que você terá à sua disposição”



Objetivos gerais

- ◆ Desenvolver um conhecimento amplo e especializado sobre o uso das principais fontes e técnicas de coleta de informações sociais e de mercado no ambiente estatístico atual
- ◆ Fornecer ao profissional interessado neste campo todo o material necessário para adquirir as habilidades de um verdadeiro especialista em Pesquisa e Mercados
- ◆ Fundamentar os procedimentos e aplicações da pesquisa de mercado no contexto atual, principalmente nos campos comercial, econômico e político



Um dos pontos fortes deste programa é o módulo dedicado exclusivamente à elaboração de propostas de pesquisa de mercado através de uma análise completa dos passos a serem seguidos"





Objetivos específicos

Módulo 1. Fontes e técnicas de coleta de informações sociais e de mercados

- ◆ Aumentar a conscientização dos participantes sobre a importância da pesquisa empresarial na tomada de decisões táticas e estratégicas em empresas e organizações em geral
- ◆ Estimular o pensamento crítico e a autorreflexão em torno do conteúdo do programa
- ◆ Compreender e avaliar criticamente as pesquisas como uma técnica de pesquisa social, e desenvolver as habilidades para projetar, implementar e analisar pesquisas
- ◆ Realizar uma boa gestão da informação

Módulo 2. Pesquisa comercial e análise de mercados: procedimentos e aplicações

- ◆ Analisar os fundamentos da pesquisa de mercado e o conceito de marketing
- ◆ Conhecer detalhadamente os diferentes tipos de pesquisa de mercados

Módulo 3. Técnicas de segmentação e processamento de pesquisas

- ◆ Adquirir os recursos e habilidades necessárias na coleta, processamento e interpretação de dados em diversos campos da ciência e especialmente naqueles em que as informações são coletadas através de pesquisas
- ◆ Aprender a analisar dados qualitativos de pesquisa, dados univariados, bivariados e multivariados

03

Estrutura e conteúdo

O sucesso desta universidade reside na qualidade de seus programas, que, apesar de serem apresentados em um prático formato online e garantir uma carga horária reduzida, possuem um nível de capacitação muito alto, superior a qualquer programa presencial. Isto é possível graças ao uso das melhores e mais sofisticadas ferramentas acadêmicas, da metodologia pedagógica mais avançada e da colaboração dos melhores especialistas na área. Tudo isso permite à TECH moldar programas altamente vantajosos para o desenvolvimento profissional de qualquer aluno através de uma experiência educacional adaptada às suas necessidades.





“

Você trabalhará com o conteúdo mais inovador e abrangente sobre técnicas de segmentação e processamento de pesquisas, assim como os algoritmos mais eficazes para análise e gestão de dados”

Módulo 1. Fontes e técnicas de coleta de informações sociais e de mercados

- 1.1. Conceito de pesquisa social e de mercados
 - 1.1.1. Definição
 - 1.1.2. Qualidades
 - 1.1.3. O papel da pesquisa social e de mercados
- 1.2. Pesquisa social e de mercados
 - 1.2.1. Objetivos
 - 1.2.2. Alcance
 - 1.2.3. Planejamento
 - 1.2.4. Projeto
- 1.3. Fontes de informação
 - 1.3.1. Conceito
 - 1.3.2. Tipos de fonte de informação
 - 1.3.3. Fontes secundárias
 - 1.3.4. Fontes primárias
- 1.4. Estratégias de busca, medição das fontes de informação e avaliação
 - 1.4.1. Tipos de estratégias
 - 1.4.2. Seleção da informação
 - 1.4.3. Avaliação da Informação
- 1.5. Métodos e técnicas de coleta de informação
 - 1.5.1. Processos metodológicos
 - 1.5.1.1. Abordagem inicial
 - 1.5.1.2. Planejamento da pesquisa
 - 1.5.1.3. Coleta de dados
 - 1.5.1.4. Análise de resultados
 - 1.5.1.5. Elaboração do relatório
 - 1.5.2. Técnicas projetivas
 - 1.5.3. A observação
 - 1.5.4. Pseudocompra ou *Mystery Shopper*
- 1.6. O impacto das novas técnicas de coleta de dados e seus meios específicos
 - 1.6.1. Pesquisa
 - 1.6.2. Painéis
 - 1.6.3. Observação
 - 1.6.4. Questionário e protocolos de coleta
- 1.7. Métodos qualitativos de obtenção de informação
 - 1.7.1. Características da pesquisa
 - 1.7.2. Tipos de pesquisa
 - 1.7.3. Projeto do questionário
 - 1.7.4. Estrutura e sequência do questionário
- 1.8. O trabalho de campo
 - 1.8.1. Planejamento de trabalho de campo
 - 1.8.2. Processo sequencial de coleta de dados
 - 1.8.3. Metodologias
 - 1.8.3.1. Quantitativas
 - 1.8.3.2. Não quantitativas
 - 1.8.4. Avaliação do trabalho de campo
- 1.9. Amostragem em pesquisa social e de mercados
 - 1.9.1. O processo de amostragem em pesquisa de mercados
 - 1.9.2. Métodos de amostragem
 - 1.9.3. Determinação do tamanho da amostra
 - 1.9.4. Erros da amostra
- 1.10. Sistemas de informação de Marketing
 - 1.10.1. Conceito
 - 1.10.2. Análise de oportunidades e ameaças
 - 1.10.3. Objetivos
 - 1.10.4. Estratégias de marketing
 - 1.10.5. Ações, resultados e controle

Módulo 2. Pesquisa comercial e análise de mercados: procedimentos e aplicações

- 2.1. Fundamentos da pesquisa de mercado
 - 2.1.1. Conceito de pesquisa de mercado e marketing
 - 2.1.2. Utilidade da pesquisa de mercado
 - 2.1.3. A ética da pesquisa de mercado
- 2.2. Aplicações da pesquisa de mercado
 - 2.2.1. O valor da pesquisa para a gerência
 - 2.2.2. Fatores da decisão de pesquisar o mercado
 - 2.2.3. Principais objetivos da pesquisa de mercado
- 2.3. Tipos de pesquisa de mercado
 - 2.3.1. Pesquisas exploratórias
 - 2.3.2. Pesquisas descritivas
 - 2.3.3. Pesquisas causais
- 2.4. Tipos de informação
 - 2.4.1. Elaboração: primária e secundária
 - 2.4.2. Natureza qualitativa
 - 2.4.3. Natureza quantitativa
- 2.5. Organização da pesquisa de mercado
 - 2.5.1. O departamento interno da pesquisa de mercado
 - 2.5.2. A contratação externa da pesquisa
 - 2.5.3. Fatores de decisão: Interna x Externa
- 2.6. Gestão de Projetos de Pesquisa
 - 2.6.1. A pesquisa de mercado como um processo
 - 2.6.2. Fases de planejamento na pesquisa de mercado
 - 2.6.3. Fases de execução na pesquisa de mercado
 - 2.6.4. Gestão de Projetos de Pesquisa

- 2.7. Os estudos de laboratório
 - 2.7.1. Objetivos dos estudos de laboratório
 - 2.7.2. Fontes de informação secundária
 - 2.7.3. Resultados dos estudos de laboratório
- 2.8. O trabalho de campo
 - 2.8.1. Obtenção de informação primária
 - 2.8.2. Organização da obtenção de informação
 - 2.8.3. Controle de entrevistadores
- 2.9. Pesquisa de mercados online
 - 2.9.1. Ferramentas de pesquisa quantitativa em mercados online
 - 2.9.2. Ferramentas de pesquisa qualitativa dinâmica dos clientes
- 2.10. A proposta da pesquisa de mercado
 - 2.10.1. Objetivos e metodologia
 - 2.10.2. Prazos de execução
 - 2.10.3. Orçamentos

Módulo 3. Técnicas de segmentação e processamento de pesquisas

- 3.1. Pesquisa por amostragem
 - 3.1.1. Objetivo de uma pesquisa por amostragem. Métodos de análise de dados mais comuns. Fontes de erros nas pesquisas
 - 3.1.2. Seleção da amostra: amostragem e tamanho da amostra. Fontes secundárias
 - 3.1.3. Pesquisas oficiais: Instituto Nacional de Estatística
 - 3.1.4. Algumas pesquisas oficiais: pesquisa de nacional de saúde, pesquisa europeia de saúde

- 3.2. Validade e confiabilidade dos questionários
 - 3.2.1. Validade fatorial
 - 3.2.2. Consistência interna: Alpha de Cronbach
- 3.3. Análise estatística dos dados de tabelas de contingência bidimensionais
 - 3.3.1. Possíveis análises em uma tabela de contingência bidimensional
 - 3.3.2. A lógica da análise log-linear: decomposição de uma tabela de contingência bidimensional Elementos básicos de análise log-linear. Efeitos e parâmetros
 - 3.3.3. Cálculo e interpretação dos parâmetros
 - 3.3.4. Modelos Log-linear para uma tabela bidirecional
 - 3.3.5. Modelos hierárquicos. Relação entre hipóteses de independência e modelos log-lineares hierárquicos. Contrastes para a significação dos parâmetros
 - 3.3.6. Contrastes para a significância dos efeitos. Contrastes para a adequação de um modelo
- 3.4. Estudo de uma tabela de contingência utilizando análise de correspondências
 - 3.4.1. Perfis e distância qui-quadrado
 - 3.4.2. Absorção de inércia
 - 3.4.3. Qualidade de representação
 - 3.4.4. Contribuição do elemento para o fator
 - 3.4.5. Contribuição do fator para o elemento. Princípio da equivalência distributiva
- 3.5. Análise de segmentação: algoritmo CHAID
 - 3.5.1. Métodos de detecção automática de interação
 - 3.5.2. Algoritmo CHAID: fases do processo, tipos de preditores, métodos para parar o algoritmo
 - 3.5.3. Comportamento de CHAID na presença do paradoxo de Simpson
- 3.6. Análise estatística dos dados de tabelas de contingência tridimensionais
 - 3.6.1. Conceitos de associação e interação. O paradoxo de Simpson
 - 3.6.2. Componentes que influenciam a magnitude das frequências de uma tabela de três fatores
 - 3.6.2.1. Independência completa
 - 3.6.2.2. Independência múltipla e independência condicional
 - 3.6.2.3. Modelo saturado para uma tabela de três vias
 - 3.6.3. Modelos log-lineares hierárquicos para uma tabela de três vias
 - 3.6.3.1. Graus de liberdade dos modelos
 - 3.6.3.2. Relação entre hipóteses de independência e modelos logarítmicos lineares hierárquicos
 - 3.6.4. Avaliação dos modelos. Teste significativo para a bondade de ajuste de um modelo. Teste de significação dos efeitos



- 3.7. Modelos de escolha discreta e preferência multidimensional
 - 3.7.1. Modelos de escolha discreta
 - 3.7.2. Preferência multidimensional
- 3.8. Árvores de classificação e regressão e florestas aleatórias
 - 3.8.1. Árvores de classificação e regressão
 - 3.8.2. Florestas aleatórias
- 3.9. Escalonamento multidimensional
 - 3.9.1. Introdução
 - 3.9.2. Distância e semelhança
 - 3.9.3. Solução clássica
 - 3.9.4. Semelhanças
- 3.10. Análise da cesta de compras
 - 3.10.1. Análise da cesta de compras
 - 3.10.2. Exemplos de aplicações

“*Esta é a oportunidade perfeita para alcançar o mais alto nível no campo da pesquisa de mercado graças a um curso de graduação flexível, completo e dinâmico, mas, acima de tudo, adaptado a você*”



04

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o *New England Journal of Medicine*.



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

Estudo de caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma maneira de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”



Você terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, por meio de um ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado em direção ao sucesso. O método do caso, técnica que constitui a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja adotada.

“ *Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira* ”

Através de atividades de colaboração e casos reais, o aluno aprenderá a resolver situações complexas em ambientes reais de negócios.

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os alunos de Direito pudessem aprender a lei não apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar situações reais e complexas para que os alunos tomassem decisões e justificassem como resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos reais. Terão que integrar todo o conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando 8 elementos didáticos diferentes em cada aula.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Em 2019 alcançamos os melhores resultados de aprendizagem entre todas as universidades online do mundo.

Na TECH você aprende através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os profissionais do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa universidade é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral dos nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos curso, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil universitários com um sucesso sem precedentes em campos tão diversos como a bioquímica, a genética, a cirurgia, o direito internacional, habilidades administrativas, ciência do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos como organizar informações, ideias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

Desta forma, no que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto onde o aluno desenvolve sua prática profissional.



Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



Material de estudo

Todo o conteúdo foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.



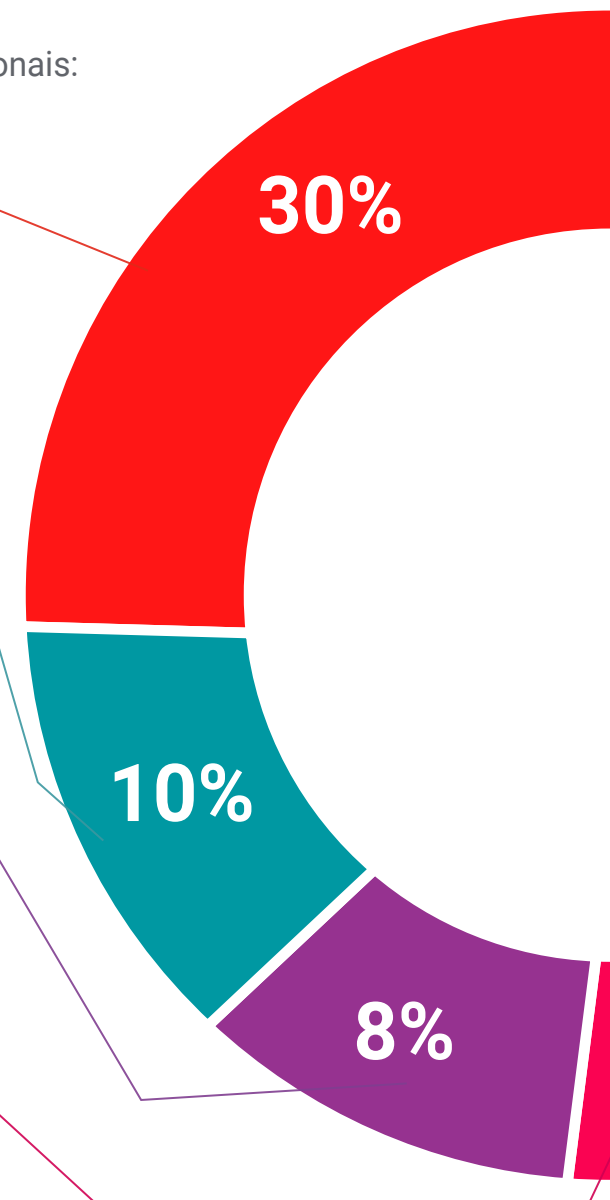
Práticas de habilidades e competências

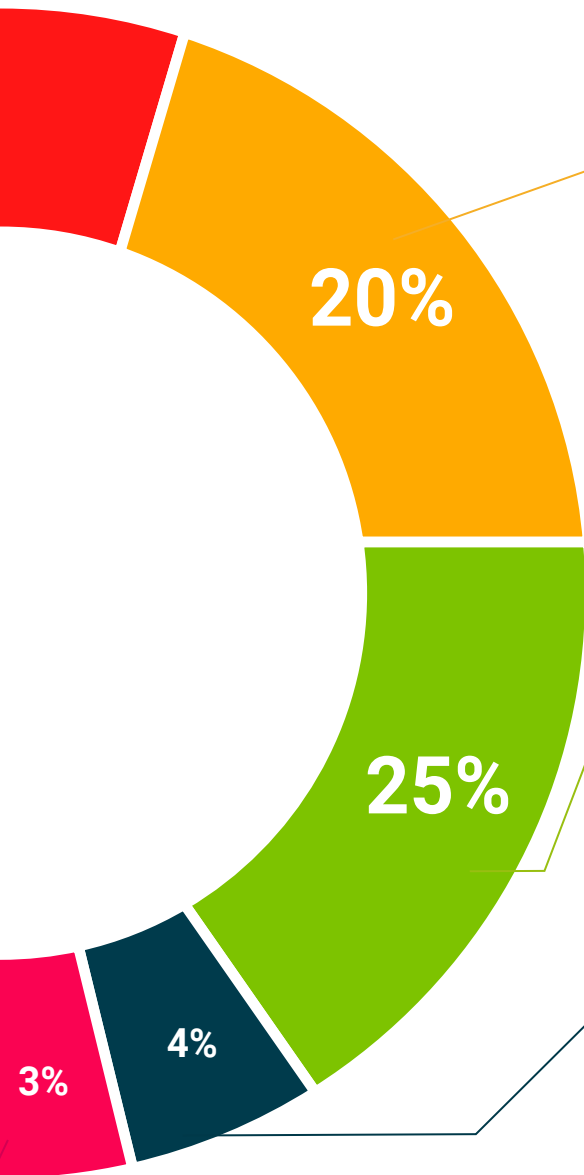
Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





Estudos de caso

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especialmente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas do cenário internacional.



Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



05

Certificado

O Programa Avançado de Pesquisa e Mercados garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Programa Avançado emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Conclua este programa de estudos com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este **Programa Avançado de Pesquisa e Mercados** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* do **Programa Avançado** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Programa Avançado de Pesquisa e Mercados, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Programa Avançado de Pesquisa e Mercados**

Modalidade: **online**

Duração: **6 meses**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade compromisso
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualidade
desenvolvimento sustentabilidade

tech universidade
tecnológica

Programa Avançado Pesquisa e Mercados

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Programa Avançado Pesquisa e Mercados

