



# FORMAÇÃO AVANÇADA

UNIVERSIDADE



**ISEGI** Estatística e Gestão de Informação

[www.isegi.unl.pt](http://www.isegi.unl.pt)

*A mente que se abre a uma nova ideia*

*jamais voltará ao seu tamanho original.*

*(Albert Einstein)*

# ISEGI



**N**um mundo global fortemente concorrencial, os recursos humanos e a sua formação assumem-se como uma componente central para alavancar a competitividade das organizações. A aposta na aprendizagem contínua é hoje um imperativo incontornável para todos os profissionais, sendo indispensável encontrar formas flexíveis de a conciliar com as limitações de agenda que a todos afectam.

Após uma análise exaustiva das necessidades de formação avançada do mercado empresarial e atentos às exigências de curto prazo de muitos profissionais que continuamente necessitam de atualizar e melhorar as suas competências e conhecimentos, o ISEGI-NOVA, através da ADISEGI - Associação para o Desenvolvimento do Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação - oferece um leque diversificado de cursos, especialmente preparados para garantir a atualização contínua de conhecimentos e competências, suportado pelas reconhecidas competências internas no ensino e investigação em áreas emergentes.

Gostaríamos ainda de salientar que a conclusão com sucesso de toda a formação oferecida permitirá a obtenção de créditos (ECTS - European Credit Transfer System) e a possibilidade de solicitar a sua creditação para a obtenção de graus académicos (em qualquer instituição de ensino superior).

**Miguel Neto**  
Sub-Diretor do ISEGI

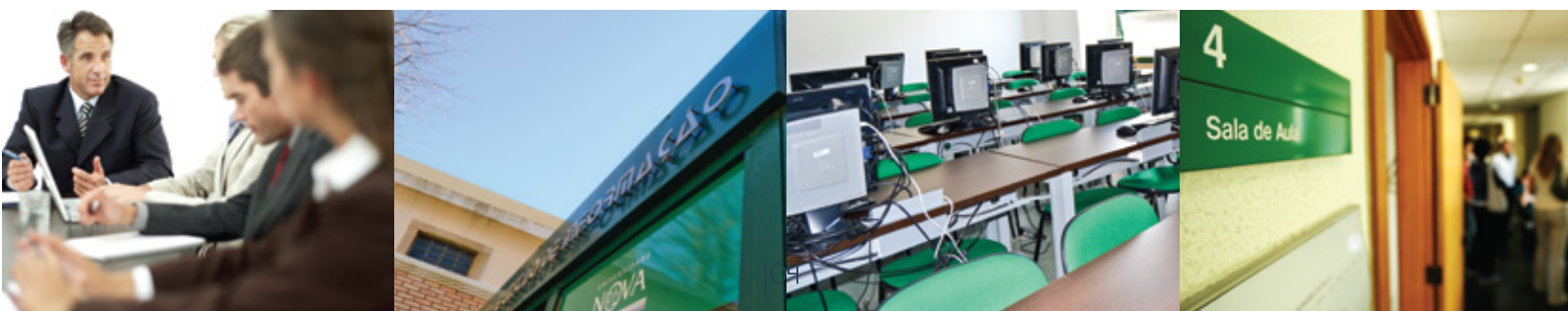
## QUEM SOMOS

O **ISEGI** é a escola de Gestão de Informação da NOVA. Este instituto foi criado em 1989 como resposta à escassez de quadros superiores especialistas na gestão de informação e à necessidade crescente de utilização das novas tecnologias de informação. Hoje, o ISEGI-NOVA proporciona educação de elevado nível a mais de 600 alunos, entre licenciaturas, pós-graduações, mestrados e doutoramento, apoiando-se nos seguintes objetivos estratégicos:

- Desenvolver **investigação** com reconhecimento de **excelência** na área da **gestão e dos sistemas de informação**, suportada por um **centro de investigação** próprio;
- Aprofundar a **internacionalização** das atividades do ISEGI-NOVA, quer ao nível dos corpos **docentes e discentes**, quer ao nível da **investigação e desenvolvimento**;
- Captar os **candidatos com maior potencial** e formar os **melhores profissionais na área da gestão e dos sistemas de informação**;
- Atrair **jovens doutores de elevado potencial** científico e pedagógico;
- Reforçar a **ligação com a sociedade** potenciada pela **ADISEGI** e pela relação com **antigos alunos**;
- Contribuir para a **divulgação da Gestão de Informação** enquanto área do saber.

A Associação para o Desenvolvimento do Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação (ADISEGI) é responsável pela organização, gestão e execução do Programa de Cursos de Desenvolvimento Profissional - Cursos para Executivos, compostos por produtos formativos de três variedades: Cursos de Especialização/Pós-Graduação, Cursos de Curta Duração e Seminários. Desempenha uma função crucial na estratégia do ISEGI-NOVA, efectuando a ligação entre o mundo académico e o mundo profissional dos gestores de informação, contribuindo para estabelecer os critérios de excelência por que se pauta a actividade académica do ISEGI-NOVA.

Associados da ADISEGI:



# Índice

---



pág.

07

## ÁREA 1- BUSINESS ANALYTICS

- 07 **CURSO:** ANÁLISE DE DADOS PARA AS CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
- 07 **CURSO:** BUSINESS INTELLIGENCE PARA EXECUTIVOS
- 08 **CURSO:** DESENVOLVIMENTO DE MODELOS PREDITIVOS
- 08 **CURSO:** INFORMATION DASHBOARD DESIGN
- 09 **CURSO:** MODELAÇÃO E GESTÃO DOS RISCOS DE MORTALIDADE E DE LONGEVIDADE
- 09 **CURSO:** O PAPEL DAS FERRAMENTAS ANALÍTICAS NA COMPETITIVIDADE EMPRESARIAL
- 10 **CURSO:** PROGRAMAÇÃO EM SAS® PARA GESTORES DE INFORMAÇÃO
- 10 **CURSO:** SEGMENTAÇÃO DE GRANDES BASES DE DADOS DE CLIENTES
- 11 **CURSO:** SISTEMAS DE INFORMAÇÃO GEOGRÁFICA PARA A SAÚDE

pág.

11

## ÁREA 2- MARKETING

- 11 **CURSO:** AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO E LEALDADE DO CLIENTE
- 12 **CURSO:** MARKETING RESEARCH
- 12 **CURSO:** MARKETING RESEARCH ADVANCED: MÉTODOS QUANTITATIVOS PARA O MARKETING
- 13 **CURSO:** METODOLOGIAS DE RECOLHA DE DADOS

pág.

13

## ÁREA 3- GESTÃO DAS ORGANIZAÇÕES

- 13 **CURSO:** E-LEARNING CORPORATIVO
- 14 **CURSO:** LIDERAR E GERIR A MUDANÇA

pág.

15

## CORPO DOCENTE

pág.

17

## INFORMAÇÕES GERAIS

## 1

# BUSINESS ANALYTICS

## Curso: Análise de Dados para as Ciências Sociais e Humanas

**Responsável:** Jorge Mendes | **Duração:** 2 dias | **Horário:** 9:00h - 17:00h | **Preço:** 950€ | **2 ECTS**

As técnicas de análise de dados são hoje fundamentais no marketing e ciências sociais, todavia os seus fundamentos matemáticos são frequentemente esmagadores e frustrantes.

Este curso procura introduzir algumas técnicas multivariadas, sem intimidar.

Os objectivos centrais centram-se no "quando usar" as técnicas analíticas e "como interpretar" os resultados obtidos com a maioria dos pacotes estatísticos (e.g. SPSS e SAS).

**Destinatários:** Executivos e quadros superiores de instituições públicas e privadas que pretendam compreender o que é a Análise de Dados, bem como utilizar as técnicas abordadas e interpretar os seus resultados.

### Programa:

- Introdução à Análise de Dados
- Análise em Componentes Principais
- Análise Factorial Exploratória
- Análise de Clusters
- Análise de Correlação Canónica

## Curso: Business Intelligence para Executivos

**Responsável:** Miguel de Castro Neto | **Duração:** 2 dias | **Horário:** 9:00h - 17:00h | **Preço:** 950€ | **2 ECTS**

A *Business Intelligence* (BI) tem vindo a ser encarada de forma crescente como a *framework* enquadradora do suporte à decisão empresarial e é nesse contexto que o Programa de Formação Avançada oferece o curso de *Business Intelligence* para Executivos. Enquanto processo, a BI pode ser referida como o resultado da agregação, processamento e construção de informação rica e relevante, e sua disponibilização dinâmica e em tempo real aos utilizadores ao longo de todos os níveis das organizações para suportar de forma atempada as suas decisões.

Neste curso intensivo, irão ser abordados os mais recentes desenvolvimentos relacionados com as capacidades de apoio à decisão, potenciadas pela utilização das plataformas de *Business Intelligence* e das *Data Warehouses* que as suportam, bem como dar a conhecer as atuais tecnologias de informação e as metodologias de desenvolvimento de soluções de *Business Intelligence* ao nosso dispor no campo da *Business Analytics* e *Performance Management*.

**Destinatários:** Executivos e quadros superiores de instituições públicas e privadas que pretendam compreender o que é a BI, bem como os desafios e oportunidades que oferece para a criação de valor para o negócio.

### Programa:

- Introdução à *Bussiness Intelligence*
- *Data Warehousing*
- *Bussinesss Analytics*
- Visualização de Dados
- *Bussiness Performance*

## Curso: Desenvolvimento de Modelos Preditivos

**Responsável:** Fernando Bação | **Duração:** 2 dias | **Horário:** 9:00h - 17:00h | **Preço:** 950€ | **2 ECTS**

É na capacidade de desenvolver modelos preditivos robustos, precisos e rigorosos que reside a promessa de transformar a organização analítica numa organização proativa, capaz de antecipar dificuldades e antever oportunidades.

A construção de bons modelos preditivos implica o domínio de um conjunto de metodologias e conceitos sem os quais a sua qualidade poderá ser afetada. Adicionalmente, existem diversas metodologias para construir modelos preditivos, cada uma com vantagens e desvantagens, sendo importante compreender em que condições a sua utilização poderá ser mais favorável.

Neste curso descreve-se e analisa-se o processo de construção e validação de modelos preditivos, decomposto nas suas diversas fases. Apresentam-se ainda as principais ferramentas de modelação preditiva: árvores de decisão, regressão logística e redes neuronais artificiais. Por fim estuda-se o processo de avaliação da qualidade dos modelos preditivos criados.

**Destinatários:** Analistas de negócio, gestores e quadros superiores que pretendam compreender e aprofundar os seus conhecimentos sobre modelos preditivos, as metodologias para a sua construção bem como as oportunidades que oferecem para a criação de valor para o negócio.

### Programa:

- Introdução ao conceito de modelação preditiva
- O processo de criação de modelos preditivos
- Regressão logística
- Árvores de decisão
- Redes neuronais
- Avaliação e comparação da qualidade de modelos preditivos
- Sessão de laboratório

## Curso: Information Dashboard Design

**Responsável:** Miguel de Castro Neto | **Duração:** 2 dias | **Horário:** 9:00h - 17:00h | **Preço:** 950€ | **2 ECTS**

Um *Information Dashboard* é "a single-screen display of the most important information people need to do a job, presented in a way that allows them to monitor what's going on in an instant, is a powerful new medium of communication" (Stephen Few, 2006). Estes *Dashboards* digitais permitem aos utilizadores empresariais, de forma simples e intuitiva, navegarem através de muitas perspetivas diferentes do desempenho corporativo, sem nunca deixar o painel de instrumentos, permitindo-lhes de forma rápida e fácil identificar os problemas e diagnosticar causas. Os *Dashboards* combinam dados de uma variedade de fontes num único ponto de visão, fornecendo ao utilizador feedback sobre a performance da organização em termos multidisciplinares e multidimensionais.

No final do curso, os alunos deverão ser capazes de responder às três grandes questões colocadas pela construção de um *Dashboard*:

1. Que informação ?
2. Para quem ?
3. Como a apresentar ?

**Destinatários:** Executivos e quadros superiores de instituições públicas e privadas que pretendam compreender o que são *Dashboards*, bem como os desafios que se colocam na sua construção e oportunidades que oferecem para a criação de valor para o negócio.

### Programa:

- Introdução
- Âmbito de utilização dos *Dashboards*
- Erros mais comuns no desenho de *Dashboards*
- O poder da perceção visual
- Eloquência através da simplicidade
- Apresentação efetiva de informação com *Dashboards*
- Desenho de *Dashboards* amigáveis

## Curso: Modelação e Gestão dos Riscos de Mortalidade e de Longevidade

**Responsável:** Pedro Corte Real | **Duração:** 2 dias | **Horário:** 9:00h - 17:00h | **Preço:** 950€ | **2 ECTS**

Desenvolver as competências necessárias a uma adequada capacidade de medição e gestão dos riscos de longevidade e de mortalidade. Com o relevo cada vez maior que o efeito do aumento da longevidade tem nas sociedades mais desenvolvidas, em particular nas mais industrializadas da Europa, a compreensão com carácter técnico e científico da evolução da mortalidade em todas as faixas etárias e do efeito de triangularização da curva de sobrevivência, é muitas vezes essencial para tomar decisões informadas sobre negócios onde os riscos de morte e sobrevivência sejam essenciais para o sucesso.

Também a capacidade de ler as estatísticas oficiais sobre a temática da sobrevivência, ou mesmo usar esta e outra informação pertinente para a produção de resultados que possam ser usados na decisão, é uma necessidade que vários profissionais de gestão do risco, e gestores de modo geral, começam a sentir, cada vez com maior premência.

**Destinatários:** Profissionais de todas as áreas de negócio que impliquem compreensão ou medição do efeito da mortalidade ou longevidade, em particular, profissionais ligados à área de Planos e Fundos de Pensões, Segurança Social, Bancos e Seguradoras, profissionais de gestão de passivos ou ativos de longo prazo onde, em particular, os riscos de morte ou sobrevivência podem ter um impacto considerável na trajetória expectável da evolução das responsabilidades.

### Programa:

- Conceitos chave em demografia e análise de sobrevivência
- Riscos demográficos em seguros do ramo vida e fundos de pensões
- Avaliação dos riscos de mortalidade/longevidade: Tábuas de Mortalidade
- Construção de Tábuas de Mortalidade Contemporâneas
- Métodos de graduação (alisamento) da Tábua de Mortalidade
- Métodos de projeção da mortalidade nas idades avançadas e de fecho das Tábuas
- Modelação da mortalidade num contexto dinâmico
- Métodos de projeção da mortalidade
- Algumas aplicações atuariais

## Curso: O Papel das Ferramentas Analíticas na Competitividade Empresarial

**Responsável:** Fernando Bação | **Duração:** 1 dia | **Horário:** 9:00h - 17:00h | **Preço:** 550€ | **1 ECTS**

A maioria das organizações dispõe de enormes quantidades de dados, gerados nos diferentes processos de negócios. Este activo raramente é utilizado como um recurso estratégico da organização. No entanto, se pudermos traduzir estas bases de dados em fatos sobre o passado, o presente e previsões sobre o futuro, estaremos em condições de transformar o processo decisional e construir uma cultura de gestão baseada em fatos e evidências. É esta a promessa dos métodos analíticos: transformar a natureza dos processos decisionais, baseá-los em fatos e construir uma organização proativa.

É cada vez mais evidente que as empresas que melhor uso fizerem da informação e do conhecimento, gerado pelas suas atividades, serão capazes de melhorar a sua capacidade competitiva, potenciando a eficiência, a mitigação de riscos, a inovação e a diferenciação.

A gestão baseada em fatos produzirá uma nova geração de organizações de sucesso. Este curso pretende perspetivar a organização analítica, descrever as suas características, apresentar caminhos para a sua construção, bem como as dificuldades e desafios que se colocam neste caminho.

**Destinatários:** Executivos e quadros superiores de instituições públicas e privadas que pretendam compreender a importância dos processos analíticos e do *data mining*, na performance organizacional, bem como os desafios e oportunidades que oferecem para a criação de valor para o negócio.

### Programa:

- Definição da Organização analítica
- O contexto: sistemas de informação, dados e qualidade de dados
- O papel dos processos analíticos na capacidade competitiva da organização e na sua performance
- Os estágios de desenvolvimento da organização analítica
- Integração das competências analíticas nos processos de negócio
- Fatores críticos do desenvolvimento da organização analítica:
  - Integração de dados entre silos organizacionais
  - A liderança do processo
  - Analistas
  - Por onde começar?

## Curso: Programação em SAS® para Gestores de Informação

**Responsável:** Ana Cristina Costa | **Duração:** 3 dias | **Horário:** 9:00h - 17:00h | **Preço:** 2.850€ | **3 ECTS**

O SAS® é "líder em software analítico e o maior fornecedor independente no mercado de business intelligence". Este curso é especialmente recomendado a utilizadores sem muita experiência no sistema SAS®, mas que tenham conhecimentos de outras linguagens de programação ou de gestão de bases de dados. O curso fornece bases sólidas para a gestão de informação através de programação em SAS®. Este curso intensivo aborda conceitos fundamentais de programação em SAS, e o desenvolvimento de programas sofisticados para a manipulação e análise de dados e de ficheiros. O curso foca a criação de ficheiros de dados SAS a partir de ficheiros externos, a modificação e combinação de conjuntos de dados, a produção de relatórios, o cálculo de estatísticas simples, o processamento iterativo de dados e a utilização de *arrays* multidimensionais.

**Destinatários:** Técnicos e quadros superiores de instituições públicas e privadas que pretendam adquirir, ou aprofundar, conhecimentos de programação em SAS.

### Programa:

- Introdução ao SAS
- Acesso aos dados: leitura de dados a partir de ficheiros estruturados e não estruturados
- Modificação de dados
- Combinação de conjuntos de dados
- Produção de relatórios
- Alguns procedimentos estatísticos
- Criação simultânea de múltiplos conjuntos de dados
- Processamento iterativo de dados
- Variáveis do tipo *array*
- Outros procedimentos de gestão de informação

## Curso: Segmentação de Grandes Bases de Dados de Clientes

**Responsável:** Fernando Bação | **Duração:** 2 dias | **Horário:** 9:00h - 17:00h | **Preço:** 950€ | **2 ECTS**

Os modelos descritivos constituem a base de qualquer arsenal analítico. É através deles que a realidade do negócio pode ser compreendida e a sua organização otimizada. A capacidade de sumariar realidades complexas e multidimensionais, que sejam facilmente apreendidos pelos analistas e decisores, constitui uma das suas maiores virtudes. Uma das tarefas mais importantes e populares no contexto do marketing analítico é a segmentação. A possibilidade de compreender os diversos perfis de clientes da organização, sob diferentes perspetivas, justifica esse interesse. A capacidade de gerir os clientes de acordo com o seu perfil e importância para a organização assenta na segmentação. É a segmentação que permitirá compreender o que cada cliente procura, bem como a sua relevância para os resultados da organização.

A qualidade da segmentação condicionará o retorno obtido com a gestão do relacionamento com o cliente. Assim, é crítico que a organização seja capaz de produzir segmentações adequadas aos seus objetivos e que sejam tecnicamente corretas.

**Destinatários:** Analistas de negócio, gestores e quadros superiores que pretendam compreender e aprofundar os seus conhecimentos sobre modelos de segmentação de grandes bases de dados e as oportunidades que oferece para a criação de valor para o negócio.

### Programa:

- Introdução ao conceito de segmentação
- A utilização de segmentações como ferramentas de gestão
- Algoritmos de Clustering
  - Análise RFM
  - Algoritmos hierárquicos
  - K-means
  - Self-organizing maps
- Vantagens e desvantagens dos algoritmos apresentados
- Profiling e análise da solução final
- Concatenação de segmentações
- Sessão de Laboratório

## Curso: Sistemas de Informação Geográfica para a Saúde

**Responsável:** Pedro Cabral | **Duração:** 2 dias | **Horário:** 9:00h - 17:00h | **Preço:** 950€ | **2 ECTS**

Neste curso pretende-se fazer uma abordagem à utilização de Sistemas de Informação Geográfica (SIG) para a Saúde. Serão explorados conceitos relacionados com SIG, tais como tipos de dados, funcionalidades, software e respetivas aplicações à área da Saúde. São revistos alguns casos de estudo sobre Saúde e SIG. A componente prática integra a realização de exercícios onde serão aplicados alguns dos conceitos descritos com recurso ao software ArcGIS 10 da ESRI.

**Destinatários:** Investigadores, executivos e quadros superiores de instituições públicas e privadas na área da Saúde que pretendam compreender o que são os SIG, bem como os desafios e oportunidades que estes oferecem para a sua utilização na área da Saúde.

### Programa:

- Informação Geográfica, SIG e Saúde
- SIG: definição e funcionalidades
- Evolução histórica da utilização de informação geográfica e SIG em Saúde
- Bases de dados espaciais para saúde
- Aplicações de SIG para Saúde
- Componente prática com ArcGIS:
  - Descarregar da Internet dados geográficos gratuitos e explorá-los em ambiente SIG desktop;
  - Descarregar da Internet dados tabulares gratuitos;
  - Pré-processamento de dados geográficos e tabulares;
  - Definição e alteração do sistema de coordenadas;
  - Associar dados geográficos e tabulares em ambiente SIG desktop;
  - Criar mapas temáticos;
  - Realizar buffers, intersecções e agregações espaciais;
  - Geocodificação de endereços;
  - Criação de modelos com o model builder;
  - Análise raster com o Spatial Analyst para a produção de mapas de risco;
  - Integração dos dados com o Google Earth.

# 2 MARKETING

## Curso: Avaliação da Satisfação e Lealdade do Cliente

**Responsável:** Pedro Simões Coelho | **Duração:** 2 dias | **Horário:** 9:00h - 17:00h | **Preço:** 950€ | **2 ECTS**

Este curso aborda a problemática da Avaliação da Satisfação e Lealdade do Cliente. Após a introdução dos conceitos fundamentais e motivações para o estudo da satisfação e lealdade do cliente, o curso percorre as várias etapas de um estudo desta natureza. Assim, começa pela etapa da pesquisa exploratória, com particular enfoque na definição e identificação das populações alvo e seleção de variáveis-chave. Segue-se a etapa da recolha de dados, incluindo o desenho dos questionários e gestão do trabalho de campo. Finalmente, apresentam-se os principais métodos de análise e apresentação dos resultados. O curso termina com algumas referências aos principais estudos nacionais e internacionais de satisfação do cliente.

**Destinatários:** Executivos e quadros de instituições públicas e privadas que pretendam compreender a problemática da satisfação e lealdade do cliente e as formas de avaliação da mesma.

### Programa:

- Introdução
- Importância da medição da satisfação do cliente
- Identificação populações alvo:
  - Que clientes entrevistar?
- Amostragem para estudos de satisfação do cliente
- Pesquisa exploratória: Identificação e seleção de variáveis chave
- Trabalho de campo:
  - Tipos de entrevista, gestão do trabalho de campo e políticas de incentivo à resposta
- Conceção e desenho de questionários
- Análise dos resultados
  - Abordagens univariadas e multivariadas
  - Métodos descritivos e explicativos
  - Elementos gráficos para análise da satisfação
- A experiência dos índices nacionais de satisfação do cliente

## Curso: Marketing Research

**Responsável:** Pedro Simões Coelho | **Duração:** 2 dias | **Horário:** 9:00h - 17:00h | **Preço:** 950€ | **2 ECTS**

O *Marketing Research* tem crescido como uma das mais importantes actividades para suporte à decisão nas empresas. Este é cada vez mais encarado como pilar de conhecimento da empresa e da concorrência, constituindo fonte de informação para os processos de *Marketing Intelligence* e *Competitive Intelligence*. Quer no estudo dos clientes, colaboradores ou concorrentes, só a aplicação de uma metodologia correta e assente nos conhecimentos mais recentes do mercado, pode garantir um acréscimo de valor para o seu negócio.

Neste curso intensivo, será abordado o desenho dos estudos de mercado nas suas diversas valências qualitativas e quantitativas. Dar-se-á particular importância à aplicação de exemplos práticos e de casos de estudo.

**Destinatários:** Técnicos e quadros de instituições públicas e privadas que pretendam saber como realizar ou utilizar os resultados de um estudo de mercado, com o objectivo de retirar valor para o seu negócio.

### Programa:

- Introdução ao *Marketing Research*
- Desenho dos estudos de mercado
- Dados primários e secundários
- Estudos de mercado qualitativos
- Logística da Recolha de Dados
- Desenho de questionários
- Pesquisa casual
- Amostragem
- Principais erros em *Marketing Research*
- Análise e apresentação dos resultados de *Marketing Research*

## Curso: Marketing Research Advanced: Métodos Quantitativos para o Marketing

**Responsável:** Pedro Simões Coelho | **Duração:** 2 dias | **Horário:** 9:00h - 17:00h | **Preço:** 950€ | **2 ECTS**

Este curso centra-se sobre uma das etapas do *marketing research* que suscita mais dúvidas e dificuldades aos técnicos e gestores de marketing: a utilização de métodos quantitativos para análise dos resultados dos estudos.

Este curso apresenta, numa perspetiva aplicada, os contextos e pressupostos de aplicação de cada técnica, bem como quais as opções mais adequadas a seguir, de acordo com os objetivos dos problemas de marketing.

O curso compreende assim a apresentação das técnicas de análise de resultados mais relevantes para o marketing, na ótica da interpretação dos seus resultados, acompanhadas pela realização de casos práticos. Os casos práticos incluem problemas típicos do *marketing research*, no âmbito dos quais se aplicam e discutem as técnicas apresentadas.

**Destinatários:** Gestores e técnicos de instituições públicas e privadas que pretendam compreender os principais métodos quantitativos utilizados no âmbito do marketing e interpretar os resultados produzidos pelos mesmos.

### Programa:

- Introdução
- Os dados de marketing e a sua natureza
- Análise elementar de dados de marketing
- Métodos quantitativos descritivos
  - Análise factorial
  - Análise das correspondências
  - Análise de clusters
  - *Multidimensional scaling*
- Métodos quantitativos explicativos
  - Análise de variância
  - Análise de regressão
  - *Conjoint analysis*
  - Análise discriminante
  - *Structural Equation Modeling*
- Metodologias de seleção dos métodos a aplicar

## Curso: Metodologias de Recolha de Dados

**Responsável:** Pedro Simões Coelho | **Duração:** 2 dias | **Horário:** 9:00h - 17:00h | **Preço:** 950€ | **2 ECTS**

As metodologias de recolha de dados são cada vez mais fundamentais numa empresa que realize estudos sobre os seus clientes ou colaboradores e um pilar para a criação de valor para o negócio. A realização de estudos onde é necessária a recolha de informação sobre indivíduos é essencial no mundo empresarial de hoje, como alicerce para o posicionamento no mercado e diferenciação da concorrência.

Só conhecendo melhor o mercado, com informação atualizada e fidedigna, é possível a tomada de decisões bem suportadas e com sucesso futuro. Neste curso intensivo, será abordado o processo de implementação de uma amostragem, com foco nas metodologias de recolha de dados. Dar-se-á particular importância à aplicação de exemplos práticos e de casos de estudo.

**Destinatários:** Técnicos e quadros de instituições públicas e privadas que pretendam conhecer as metodologias de recolha de dados mais adequadas ao seu negócio, bem como formas de resolver problemas que a sua implementação implica.

### Programa:

- Introdução à recolha de dados
- População alvo e base de sondagem
- Erros não amostrais
- Amostragem não probabilística
- Amostragem probabilística
- Dimensionamento das amostras
- Métodos de recolha de dados para entrevistas telefónicas
- Métodos de recolha de dados para entrevistas face-a-face
- Métodos de recolha de dados para entrevistas on-line

# 3 GESTÃO DAS ORGANIZAÇÕES

## Curso: E-learning Corporativo

**Responsável:** Nuno Pena | **Duração:** 2 dias | **Horário:** 9:00h - 17:00h | **Preço:** 950€ | **2 ECTS**

Este curso pretende dar uma panorâmica geral e de índole pragmática sobre a especificidade que o *e-Learning* tem nas Organizações. Partindo de uma cultura de "corporate university" procurar-se-á enquadrar o *e-Learning* neste contexto e enquanto ferramenta estratégica ao serviço das organizações.

Através da caracterização de factores críticos de sucesso de projectos de *e-Learning*, este programa procurará cobrir as questões mais prementes associadas às boas práticas relativas a projetos de *e-Learning* nas organizações.

**Destinatários:** Colaboradores de Organizações, especificamente: Responsáveis Formação, Responsáveis RH, Direções IT, Direções Comerciais, Responsáveis de Marketing.

### Programa:

- As Universidades Corporativas e o papel do *e-Learning*
- O papel do "Chief Learning Officer"
- *e-Learning*: Desmistificando alguns conceitos tecnológicos
- Grau de Prontidão das Organizações para o *e-Learning* e o Endo-Marketing
- Características de e-Formandos de Sucesso e Causas de Abandono de cursos *e-Learning*
- Implementação do *e-Learning* nas Organizações
- O *e-Learning* nas Organizações: Modelo de Maturidade e "Governance"
- *Instructional Design* e Conteúdos Pedagógicos *e-Learning*: "of-the-shelf" e "Custom content"
- Casos Práticos

## Curso: Liderar e Gerir a Mudança

**Responsável:** Guilherme Victorino | **Duração:** 1 Dia | **Horário:** 9:00h - 17:00h | **Preço:** 550€ | **1 ECTS**

Apesar do considerável investimento que as organizações alocam em termos de recursos, tempo e conhecimento, cerca de 70% dos projetos de mudança organizacional não atingem os seus objetivos.

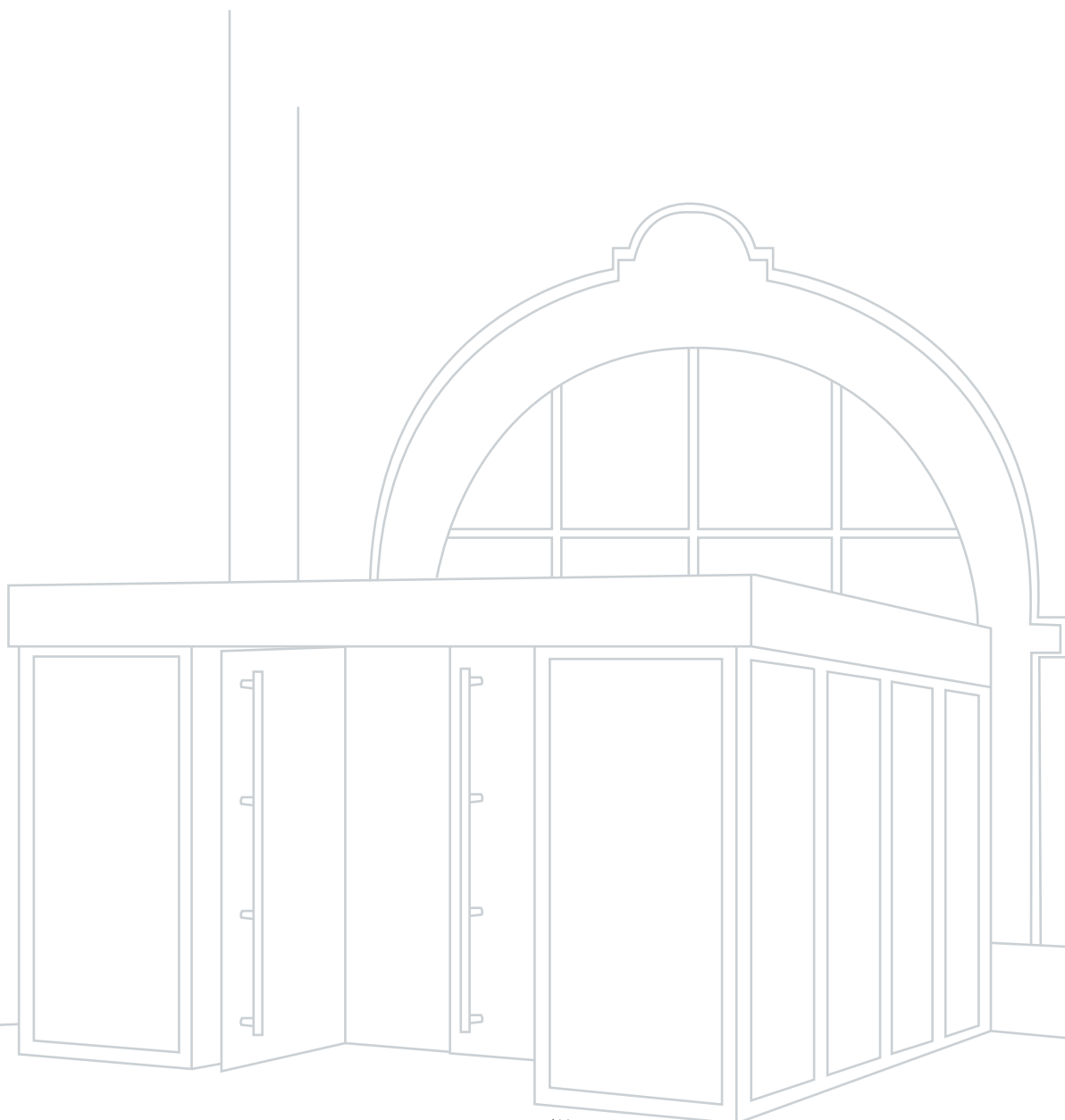
A difusão de uma ideia, inovação ou tecnologia, depende assim do processo como é comunicada e gerida em determinado sistema social.

As atitudes individuais face à mudança podem acelerar, abrandar ou mesmo impedir o processo de difusão. Através de um simulador avançado de gestão da mudança, pretende-se testar e avaliar o impacto que determinadas ações podem ter num sistema social, permitindo um melhor conhecimento dos fatores críticos para a adesão à mudança.

**Destinatários:** Gestores, empresários, dirigentes, quadros de empresas, consultores e licenciados que desejem adquirir competências específicas na área de gestão da mudança.

### Programa:

- Planear para uma mudança efetiva
- Compreender o processo de mudança organizacional
  - Comunicação, Cultura, Liderança e Motivação
  - Métricas para aferir e diagnosticar o processo de mudança
- Algoritmos de Clustering
  - Os participantes são distribuídos em equipas com o objectivo de, através de um simulador assistido por computador, diagnosticar e implementar as ações corretas de forma a atingir com sucesso um processo de adesão a uma nova tecnologia



# Corpo Docente

## + Ana Cristina Costa

Ana Cristina Costa é Professora Auxiliar no ISEGI, Diretora da Licenciatura em Gestão de Informação e membro do Conselho Científico do Programa de Doutoramento em Estatística e Gestão de Informação. Ana Costa é doutorada em Ciências de Engenharia pela Universidade Técnica de Lisboa, e é membro da *European Geosciences Union*. A principal área de investigação é a geoestatística para a modelação de fenómenos espaço-temporais na área do ambiente. É autora de diversos artigos com revisão por pares, incluindo publicações em revistas científicas internacionais e atas de conferências. Lecionou mais de uma dezena de cursos de curta duração na área da Estatística. Participou em diversos projetos de investigação, nacionais e internacionais, tendo contribuído especialmente com o desenvolvimento de aplicações no software SAS System.



## + Fernando Bação

Fernando Bação é Professor Associado e Sub Diretor do ISEGI. É doutorado em Gestão de Informação pela Universidade Nova de Lisboa e presentemente ocupa os cargos de Presidente do Conselho Pedagógico e Diretor do Programa de Mestrado em Estatística e Gestão de Informação e Mestrado em Gestão de Informação.

No contexto da sua carreira científica já publicou mais de 4 dezenas de artigos científicos em revistas e conferências nacionais e internacionais e recebeu prémios pela qualidade dos seus trabalhos. A investigação que desenvolve incide sobre os temas da Gestão de Informação, Data Mining, Sistemas de Apoio à Decisão e Gestão dos Sistemas de Informação.



## + Guilherme Victorino

Trabalhou anteriormente como Assessor do Conselho Diretivo da Administração Central do Sistema de Saúde onde desenvolveu projetos nas áreas de Desenvolvimento Organizacional e Gestão do Conhecimento; Comunicação e Gestão da Mudança e Monitorização do Nível de Serviço a Cliente/Utente do Serviço Nacional de Saúde; na Unidade de Missão dos Hospitais SA como Assessor Principal e membro da equipa que coordenou e implementou a estratégia global de empresarialização dos Hospitais Públicos em Portugal; e na Oni Telecom como Responsável de Marketing de um projecto na área do *eHealth* com uma oferta integrada de soluções de telecomunicações e conteúdos para o setor da saúde. Iniciou a sua carreira em Nova Iorque, no departamento de marketing do canal *ABC Television Network* pertencente, ao grupo Disney. É licenciado em Gestão de Marketing, pelo Instituto Superior de Comunicação Empresarial, Mestre em Planeamento e Estratégia Empresarial, pela Universidade Autónoma de Lisboa, e uma Pós-Graduação de Gestão em Saúde, no INSEAD em Fontainebleau - França. A sua área de investigação é o Marketing de Serviços de Saúde, sendo docente no Mestrado de Comunicação em Saúde da Faculdade de Medicina de Lisboa.



## + Jorge Mendes

Jorge M. Mendes é presentemente Professor Auxiliar no ISEGI e Chefe do Serviço de Métodos Estatísticos do INE. Os seus interesses de investigação incluem a inferência em problemas ambientais e os métodos de sondagem, sendo membro do Centro de Estatística e Aplicações da Universidade de Lisboa e do Centro de Estatística e Gestão de Informação do ISEGI. É licenciado em Estatística e Gestão de Informação, pelo ISEGI, Mestre em Probabilidades e Estatística e Doutor em Estatística e Investigação Operacional, pela Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa. É autor de diversos artigos científicos em publicações nacionais e internacionais, sendo regularmente convidado como referee. No ISEGI tem assumido a coordenação científica de muitos projetos de Investigação e Desenvolvimento, bem como de projetos de prestação de serviços à comunidade. Orienta regularmente alunos de mestrado e doutoramento, sendo convidado frequentemente como arguente em júri de provas de doutoramento de outras instituições. É igualmente membro da Sociedade Portuguesa de Estatística.



## + Miguel de Castro Neto

Miguel Neto é Sub Diretor e Professor Auxiliar Convidado do ISEGI, onde é Diretor da Licenciatura em Sistemas e Tecnologias de Informação e Coordenador do Programa ERASMUS. Doutor em Engenharia Agronómica, pelo Instituto Superior de Agronomia, na área dos Sistemas de Informação, com particular ênfase na utilização da Internet em agricultura. Engenheiro Agrícola e Mestre em Economia Agrícola, pela Universidade de Évora, com uma Extensão de Mestrado em Estatística e Gestão de Informação, pelo ISEGI. Membro da Unidade de Investigação "Centro de Estatística e Gestão de Informação (CEGI)" do ISEGI, as suas áreas de investigação incluem a Gestão de Informação/Conhecimento, *Business Intelligence* e *Social Computing*. É autor de inúmeras comunicações e trabalhos publicados, a nível nacional e internacional, nas suas áreas de investigação. Membro do *Executive Board da European Federation for Information for Technology in Agriculture, Food and the Environment* e da *Section VII - Information Systems da International Commission of Agricultural Engineering*, foi Presidente do Colégio Nacional de Engenheiros Agrónomos da Ordem dos Engenheiros e fundador da Associação Portuguesa para o Desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação em Agricultura. É membro do Conselho Científico da Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação, membro do *Editorial Advisory Board of Online Information Review Journal*, Assessor Científico da Revista Brasileira de Agroinformática, *Assistant Editor do Journal of Food, Agriculture & Environment* e Membro do Conselho de Redação da Revista Ingenium da Ordem dos Engenheiros.



## + Nuno Pena

Nuno Pena, Doutorando em Gestão Informação, com especialização em *Corporate e-Learning*, Mestre em Comunicação Educacional Multimédia, Pós-Graduado em Ciências da Educação. É Diretor da Academia Portuguesa de Seguros (Associação Portuguesa de Seguradores) e foi, por diversos anos, Gestor de Negócio e consultor em Projectos de *e-Learning* em contexto Organizacional.



## + Pedro Cabral

É Professor Auxiliar do ISEGI desde 2006. Os interesses académicos estão relacionados com a Ciência da Informação Geográfica (CIG), nomeadamente Sistemas de Informação Geográfica (SIG), Modelação Espacial, Deteção Remota, Interoperabilidade, Infra-estruturas de Dados Espaciais, Bases de Dados e *e-Learning*. É licenciado em Estatística e Gestão de Informação pelo ISEGI, Mestre em SIG pelo IST-UTL e *Docteur en Mathématiques et Applications aux Sciences de l'Homme* pela *École des Hautes Études en Sciences Sociales de Paris*. É Diretor do Programa do Mestrado em Ciência e SIG e membro do Conselho Pedagógico. Leciona e coordena diversas unidades curriculares na área da CIG e das Bases de Dados ao nível do 1º e 2º ciclos. Leciona ainda nos Mestrados em Ciência e SIG da Universidade de Cabo Verde e da Universidade Católica de Moçambique. É autor de diversos artigos na área da informação geográfica em revistas e atas de conferências científicas nacionais e internacionais. Já foi moderador e coordenador de sessões e mesas, bem como membro de comissões organizadoras e científicas. Tem colaborado como revisor em diversas revistas académicas. Coordenou e participou como membro de equipa em projetos de Investigação e Desenvolvimento e em projetos de prestação de serviços à comunidade no âmbito do CEGI donde se destacam os projetos: ZoomAzores para a Associação Regional de Turismo do Açores, Tempus IV e EXTII para a Comissão Europeia, SIG para o consórcio Somague-Bowen-Sacyr, MarGOV para a Gulbenkian/Oceanário de Lisboa, SIG para a Comunidade Andina no Peru (Eurostat) e o Sistema de Apoio ao Licenciamento para a DRA do Alentejo e Algarve.



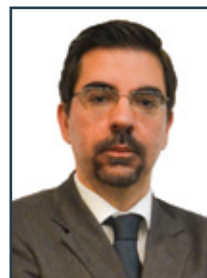
## + Pedro Corte Real

Pedro Corte Real é Professor Auxiliar com nomeação definitiva do Departamento de Matemática da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa. Tem desenvolvido atividade variada na área dos seguros e da banca, sempre ligado ao actuariado e à análise de risco. Tem como preocupações principais em termos de investigação, o risco de longevidade e a coordenação entre os vários pilares dos sistemas públicos de proteção social.



## + Pedro Simões Coelho

Pedro Simões Coelho é Diretor do ISEGI, onde é atualmente Professor Associado com Agregação. É igualmente investigador do "Centro de Estatística e Gestão de Informação (CEGI)" da NOVA e Professor Visitante da *Faculty of Economics da Ljubljana University (Eslovénia)*. Foi Vogal do Conselho Superior de Estatística de Portugal, Presidente da Assembleia Geral e Vice-Presidente da Associação Portuguesa de Classificação e Análise de Dados (CLAD) e Presidente do Conselho Fiscal do Centro Europeu de Estatística para os Países em Vias de Desenvolvimento (CESD-Lisboa). Leciona ou lecionou cursos ao nível de graduação e pós-graduação, de onde se destacam Métodos de Sondagem, Estudos de Mercado, Metodologias de Recolha de Dados e Métodos Quantitativos para o Marketing. Os seus principais interesses de investigação centram-se nos métodos de sondagem, nos modelos de equações estruturais e na medição e explicação da satisfação e lealdade do cliente.



# Informações Gerais

➤ A candidatura é realizada online em <http://www.isegi.unl.pt/candidaturas/>. A seleção dos candidatos é realizada por análise do currículo académico e profissional do candidato.

➤ Para informação relativa ao período de candidatura, número de vagas e data de realização dos cursos, consulte [http://www.isegi.unl.pt/formacao/cursos\\_formacao/formacao\\_avancada/FA.asp](http://www.isegi.unl.pt/formacao/cursos_formacao/formacao_avancada/FA.asp).

➤ O preço dos cursos inclui material pedagógico, coffee-breaks, almoços e estacionamento.

## ➤ CONTACTOS

### ADISEGI

**Telefone:** 21 387 15 74

**Fax:** 21 387 21 40

**E-mail:** [adisegi@isegi.unl.pt](mailto:adisegi@isegi.unl.pt)

**[www.isegi.unl.pt/servicos/adiseqi/](http://www.isegi.unl.pt/servicos/adiseqi/)**

### Secretária-Geral

Dra. Gisela Garcia

### Assistente de Direção

Dra. Olívia Fernandes

### LOCAL:

ISEGI-NOVA

CAMPUS DE CAMPOLIDE

1070 - 032 LISBOA



UNIVERSIDADE

NOVA



**ISEGI** Estatística e Gestão de Informação

UNIVERSIDADE



**ISEGI** Estatística e Gestão de Informação

Universidade Nova de Lisboa  
Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação  
Campus de Campolide, 1070-312 Lisboa  
Tel. 213 870 413  
Fax. 213 872 140  
[www.isegi.unl.pt](http://www.isegi.unl.pt)



Prestação de serviços aos alunos e apoio  
à realização dos Cursos do ISEGI-UNL