

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN MARKETING



Área: COMERCIO Y MARKETING

Modalidad: Teleformación

Duración: 50 h

Precio: 400.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

DESTINATARIOS

- Profesionales que quieran especializarse en los **sistemas integrales de investigación de mercados**.
- Personas que quieran actualizar conocimientos en **técnicas de investigación de mercados**.
- Toda aquella persona interesada en actualizar y ampliar sus conocimientos de **Investigación de mercados en Marketing**.

OBJETIVOS

- Visualizar y comprender los Sistemas Integrales de Investigación de Mercados. Así como la aplicación de las diferentes técnicas de investigación cualitativa y cuantitativas, integradas en un sistema de recopilación, selección, procesamiento, distribución y entrega de la información, que contribuya a la toma de decisiones estratégicas en las organizaciones corporativas. - Comprender y aplicar las técnicas estadísticas y las diversas técnicas de interpretación de mayor uso en la investigación de mercados. - Construir espacios para contrastar la teoría y la práctica encaminada a resolver problemas en la toma de decisión estratégica. - Tomar conciencia de los errores en el proceso de investigación de muestreo que se cometen en todo proyecto de investigación de mercados.

CONTENIDOS

Tema 1. El sistema de información en la gestión de marketing. Introducción a la investigación de mercados. Sistemas de información de marketing. Tema 2. Técnicas de investigación de mercado. Investigación cualitativa. Investigación cuantitativa. Tema 3. Tratamiento y análisis de la información. Introducción. Análisis de datos cualitativos. Análisis de datos cuantitativos. SPSS: ejemplo de programa informático para el tratamiento de la información. Tema 4. Segmentación del mercado. Introducción. Variables para la segmentación de mercados. Segmentación de mercados industriales (B2B). El proceso de segmentación del mercado. Segmentación del mercado y estrategias de marketing.

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.

- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida.** Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.