

Análisis de Mercado

Formación online • 50 horas de duración

CARACTERÍSTICAS



Objetivos principales del curso

- Conocer cómo evoluciona el marketing y por tanto sus estrategias y modos de actuación.
- Saber cómo analizar el mercado y su segmentación.
- Formas de investigación comercial.
- Aprender técnicas de acercamiento a los consumidores para conocer sus preferencias.
- Conocer el proceso del análisis de datos.
- Aprender cuáles son los puntos clave en la presentación de los datos.
- Importancia de las cuestiones éticas.



Modalidad
**100%
online**



Diploma de
Aprovechamiento



**Apoyo y
asesoramiento**
continuo



Formación online
(bonificable hasta el 100%)



TEMARIO

¿Qué **aprenderás** con nosotros?

1 MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN AL MERCADO Y SUS ACTORES

- Investigación de marketing.
- El entorno de marketing.
 - Macroentorno.
 - El Microentorno.
- El marketing y el mercado.
 - Características del mercado.
 - Cambios del mercado.
- Gestión de la información de marketing.
 - Desarrollo de la información de marketing.
- La investigación comercial.
 - Objetivos de la investigación comercial.
 - Tipos de investigación comercial.
 - Organización y etapas de la investigación comercial en la empresa.
- Las fuentes de información.
 - Las fuentes internas de información.
 - Las fuentes externas de información.
- El consumidor y la segmentación de mercados.
 - El comportamiento del consumidor.
 - El consumidor y sus necesidades.
 - Criterios de segmentación de mercados.
 - Criterios de segmentación de mercados.
 - Tipos de segmentación.
- El público objetivo.

2 MÓDULO 2: FORMULANDO EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

- Introducción.
- Fases del proceso de investigación.
 - Formular el problema de investigación.
 - Método de consulta.
 - Método de investigación.
 - Diseño de la investigación.
 - Técnicas de recopilación de datos.
 - Diseño de la muestra.
 - Recopilación de datos.
 - Análisis e interpretación.
 - El informe de investigación.
- Fuentes de información del marketing.
- Errores que afectan a los resultados de la investigación.
 - Errores relacionados con la selección de los encuestados.
 - Errores relacionados con la precisión de las respuestas.
- Fuentes secundarias de información.
- La entrevista.
 - Estructura de la entrevista.
 - Reducción de las vías de respuestas y la falta de respuesta.
 - Ambigüedad.

3 MÓDULO 3: INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Y OBSERVACIÓN

- Grupos focales.
- La experimentación y el Marketing de prueba.
- Entrevistas indirectas e investigación cualitativa.
 - La técnica de la tercera persona.
 - Prueba de asociación de palabras.
 - Pruebas de finalización de oraciones.
 - La entrevista de profundidad.
 - Análisis de fin de medios.
 - Observación.
 - La auditoría.
 - Dispositivos de grabación.
 - Observación directa.
- Procedimientos de muestreo.

- Planificando la muestra.
- Procedimientos de muestreo no probabilístico.
- Procedimientos de muestreo probabilístico.
- Determinando el tamaño de la muestra.
- Experimentación.
 - Estructurando investigaciones en línea.

4 MÓDULO 4: ANÁLISIS, INFORME Y CUESTIONES FINALES

- El proceso de análisis de los datos.
- La presentación de los datos.
 - La presentación de informaciones cuantitativas.
 - La presentación de informaciones cualitativas.
- Redactando el informe de la investigación de mercado.
- Cuestiones éticas en la investigación de mercados.

5 MÓDULO 5: GUÍA RÁPIDA

- Decida si una encuesta es la herramienta correcta.
- Seleccione el tipo de encuesta apropiado.
- Defina el universo y la muestra.
- Diseñar el cuestionario.
- Capacitar al personal y administrar el cuestionario.
- Utilice el software para procesar los datos.
- Escriba un informe de los resultados y conclusiones.





100% ONLINE. FLEXIBILIDAD

Nuestra **metodología online** está pensada para que los alumnos adquieran un nivel de conocimiento adecuado a su ocupación profesional. Ofrecemos un nivel alto de interactividad, siguiendo un plan de trabajo totalmente **individualizado**, con un **seguimiento y evaluación, acceso a contenidos 24 horas y ejercicios** que facilitan y amenizan el aprendizaje.

Una vez matriculado, el alumno recibirá las claves de acceso al **Campus Virtual** del curso para que, desde ese momento, pueda acceder cuando quiera (24 horas al día) en función de su disponibilidad horaria, y desde cualquier PC. Solo necesita conexión a Internet.

Además, el ritmo y el itinerario didáctico del curso están diseñados para ser conciliados con responsabilidades personales y laborales de los estudiantes.

¿Qué ventajas tiene la formación online?:



Fácil de utilizar: no se necesitan conocimientos específicos de informática para realizar el curso. Nuestra plataforma online orienta paso a paso en todo el proceso de formación.



Tutor personal: se pueden resolver las dudas en directo en horario de tutorías o consultar con un tutor personal a través de e-mail.



Desde cualquier dispositivo: sin desplazamientos. Con las claves de acceso se puede acceder al curso desde cualquier dispositivo.



Vídeos y herramientas multimedia: Foros, chats, casos prácticos y múltiples vídeos que harán que tu aprendizaje sea mucho más ameno.



Disponible las 24 horas: se puede acceder al curso en cualquier momento del día.



Contenido descargable: el contenido del curso y todo el material complementario está disponible para su descarga.



Soporte técnico: un equipo de soporte informático estará disponible para cualquier incidencia.



Tutorías telefónicas: el tutor estará disponible telefónicamente.

