

Métodos y Técnicas de Investigación de Mercados

Curso

Objetivos

Aprender, plantear y desarrollar una investigación comercial.

Señalar la importancia de la investigación de mercados como herramienta para la toma de decisiones.

Determinar el proceso de investigación de mercados.

Conocer las diferentes metodologías, técnicas y sus aplicaciones.

Dirigido a

Responsables de departamentos de marketing, comercial o ventas, recursos humanos y en general, todo persona que por su formación desee adquirir conocimientos en el ámbito de la investigación de mercados.

Contenidos

1. PLANIFICACION DE LA INVESTIGACION COMERCIAL
2. FUENTES DE INFORMACION
3. PROCESO DE INVESTIGACION DE MERCADO
4. TECNICAS DE INVESTIGACION CUALITATIVA
5. TECNICAS DE INVESTIGACION CUANTITATIVA
6. DEMANDA DE INVESTIGACION
7. BRIEFING CLIENTES O RESPONSABLE
8. DISEÑO DE PROYECTO
9. DISEÑO DE HERRAMIENTAS DE RECOGIDA DE DATOS
10. TRABAJO DE CAMPO
11. ANALISIS DE RESULTADOS
12. DISEÑO DE INFORMES Y PRESENTACION DE DATOS