



EL SISTEMA DE INFORMACIÓN EN LA GESTIÓN DE MARKETING

Sku: 2230EC

Horas: 10

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.

CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 2. SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MARKETING 3. OBJETIVOS Y ÁMBITO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 4. TIPOS DE ESTUDIOS DE MERCADO 5. FASES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS