



Investigación de mercados

Sku: 4997EC

Horas: 10

OBJETIVOS

- Comprender la planificación de la investigación comercial.
- Conocer las diferentes fuentes de información.
- Analizar las técnicas cuantitativas y cualitativas.
- Conocer cómo se realiza la redacción de un cuestionario.
- Comprender el proceso de análisis de datos.
- Reconocer el proceso de presentación de los resultados.

CONTENIDOS

1. La investigación comercial.

- Planificación de la investigación comercial.

2. Las fuentes de información.

3. Técnicas cuantitativas.

- La encuesta ad hoc.
- Las encuestas periódicas.
- La observación.
- La experimentación.

4. Técnicas cualitativas.

- Entrevistas o reuniones de grupo (focus groups).
- Entrevistas en profundidad.
- Técnicas proyectivas.
- Técnicas de creatividad.

5. Redacción del cuestionario.

- Recomendaciones en la elaboración del cuestionario.
- Tipos de preguntas.
- El proceso de investigación de mercados.

6. Análisis de los datos.

- Análisis univariante.
- Análisis bivariante.
- Análisis multivariante.

7. Presentación de los resultados.

- Estructura del informe final.
- Redacción del informe final.