



COMM118PO. Estudios de mercado para el comercio digital de productos y servicios

Sku: PS814

Horas: 40

OBJETIVOS

Adquirir los conocimientos necesarios para realizar estudios de mercado sobre productos y servicios de venta on-line.

CONTENIDOS

1. Objetivos del estudio de mercado 2. **Diseño del estudio** 2.1 Preparación del estudio 2.2 Planificación del estudio. 3. **Fuentes de información** 3.1 Internas y externas 3.2 Primarias y secundarias 4. **Recogida de datos: métodos y herramientas** 4.1 Recopilación de información sobre la empresa 4.2 Recopilación de información sobre el sector de actividad 4.3 Recopilación de información sobre los competidores: estudio de la competencia 4.4 Recopilación de información sobre los clientes 5. **Análisis de datos: técnicas** 5.1 Identificación de los factores clave para el comercio digital de productos o servicios. 5.2 Fortalezas: características del producto o servicio que son una ventaja en relación con los de nuestra competencia. 5.3 Debilidades: características del producto o servicio que son una desventaja en relación con los de nuestra competencia. 5.4 Oportunidades: factores externos que podrían ser explotados como una ventaja competitiva 5.5 Amenazas: factores externos que podrían causar problemas en la venta digital de nuestro producto o servicio. 6. **Comunicación de resultados. Elaboración de los informes de resultados**