



Selección de las fuentes de información de mercados

Sku: CT2219

Horas: 15

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. Tipología de la información de mercados. 1.1. Información interna y externa. 1.2. Información cualitativa y cuantitativa. 1.3. Información primaria y secundaria. 2. Descripción y características de los principales sistemas de obtención de información primaria cualitativa. 2.1. Entrevista en profundidad. 2.2. Dinámicas de grupo. 2.3. Técnicas de creatividad. 2.4. Observación. 3. Descripción y características de los principales sistemas de obtención de información primaria cuantitativa. 3.1. La encuesta. 3.2. El panel. 4. Fuentes de información secundaria sobre mercados nacionales e internacionales. 4.1. Bases de datos especializadas sobre mercados nacionales e internacionales. 4.2. Fuentes públicas de información secundaria externa. 4.3. Investigación de gabinete (desk research). 5. Procedimientos para cumplir los criterios en la selección de las fuentes y datos de información. 5.1. Procedimientos para garantizar la fiabilidad, exactitud y economía de las fuentes y datos utilizados por el SIM. 5.2. Cálculo de costes y tiempos en las acciones de recogida de información primaria y secundaria.