



# Planificación de la investigación de mercados

**Sku:** CT2566

**Horas:** 16

**Formato:** HTML

## CONTENIDOS

### **1. Objetivos de la investigación de mercados.**

1.1. Tipos de investigación.

### **2. Las fuentes de información.**

2.1. Primarias.

2.2. Secundarias.

### **3. Preparación de información. de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de la investigación.**

### **4. Las variables objeto de la investigación de mercados y la demanda de información.**

4.1. Valoración de la información secundaria con relación al objeto de la investigación.

4.2. Obtención de información no cubierta por fuentes de información secundaria.

4.3. Análisis coste-beneficio de la investigación.

### **5. Fases de la investigación de mercados.**

5.1. Concepto: Elaboración del Briefing de investigación.

5.2. La preparación de los soportes documentales.

5.3. Realización del trabajo de campo.