

CURSO EJECUTIVO INVESTIGACION DE MERCADO



OBJETIVO GENERAL

Diseñar e implementar una investigación cuantitativa y cualitativa de mercado para el análisis de oportunidades y selección de estrategias

TEMAS

- Investigación de mercado. Conceptos.
- Diseño y ejecución de un proyecto de investigación de mercados
- El proceso de recolección de datos. Diseño de herramientas, métodos de recolección, tipos de muestreo, tamaño de la muestra, procesamiento y análisis de información
- Análisis de necesidades y comportamiento de compra de clientes institucionales y consumidores
- Niveles y modelos de segmentación del mercado.

FECHA DE INICIO:
18 DE AGOSTO—2018
(Sabatino 1 a 6pm.)