



# Análisis de Mercado

Formación online • 50 horas de duración

x x x x x x x x x x  
x x x x x x x x x x  
x x x x x x x x x x

**femxa**

# CARACTERÍSTICAS

X X X X X X X X X X X



## Objetivos principales del curso

- Conocer cómo evoluciona el marketing y por tanto sus estrategias y modos de actuación.
- Saber cómo analizar el mercado y su segmentación.
- Formas de investigación comercial.
- Aprender técnicas de acercamiento a los consumidores para conocer sus preferencias.
- Conocer el proceso del análisis de datos.
- Aprender cuáles son los puntos clave en la presentación de los datos.
- Importancia de las cuestiones éticas.



Modalidad  
**100%  
online**



**Diploma** de  
Aprovechamiento

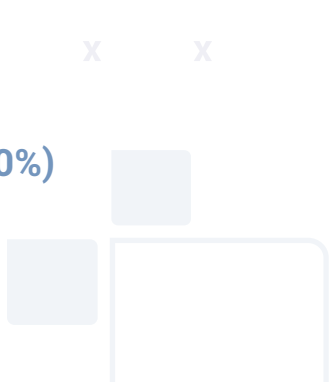


**Apoyo y  
asesoramiento  
continuo**

X X



**Formación online  
(bonificable hasta el 100%)**





# TEMARIO

x x x x x

¿Qué **aprenderás**  
con nosotros?

## 1 MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN AL MERCADO Y SUS ACTORES

- Investigación de marketing.
- El entorno de marketing.
  - Macroentorno.
  - El Microentorno.
- El marketing y el mercado.
  - Características del mercado.
  - Cambios del mercado.
- Gestión de la información de marketing.
  - Desarrollo de la información de marketing.
- La investigación comercial.
  - Objetivos de la investigación comercial.
  - Tipos de investigación comercial.
  - Organización y etapas de la investigación comercial en la empresa.
- Las fuentes de información.
  - Las fuentes internas de información.
  - Las fuentes externas de información.
- El consumidor y la segmentación de mercados.
  - El comportamiento del consumidor.
  - El consumidor y sus necesidades.
  - Criterios de segmentación de mercados.
  - Criterios de segmentación de mercados.
  - Tipos de segmentación.
- El público objetivo.

## 2 MÓDULO 2: FORMULANDO EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

- Introducción.
- Fases del proceso de investigación.
  - Formular el problema de investigación.
  - Método de consulta.
  - Método de investigación.
  - Diseño de la investigación.
  - Técnicas de recopilación de datos.
  - Diseño de la muestra.
  - Recopilación de datos.
  - Análisis e interpretación.
  - El informe de investigación.
- Fuentes de información del marketing.
- Errores que afectan a los resultados de la investigación.
  - Errores relacionados con la selección de los encuestados.
  - Errores relacionados con la precisión de las respuestas.
- Fuentes secundarias de información.
- La entrevista.
  - Estructura de la entrevista.
  - Reducción de las vías de respuestas y la falta de respuesta.
  - Ambigüedad.

## 3 MÓDULO 3: INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Y OBSERVACIÓN

- Grupos focales.
- La experimentación y el Marketing de prueba.
- Entrevistas indirectas e investigación cualitativa.
  - La técnica de la tercera persona.
  - Prueba de asociación de palabras.
  - Pruebas de finalización de oraciones.
  - La entrevista de profundidad.
  - Análisis de fin de medios.
  - Observación.
  - La auditoría.
  - Dispositivos de grabación.
  - Observación directa.
- Procedimientos de muestreo.

- Planificando la muestra.
- Procedimientos de muestreo no probabilístico.
- Procedimientos de muestreo probabilístico.
- Determinando el tamaño de la muestra.
- Experimentación.
  - Estructurando investigaciones en línea.

#### 4 MÓDULO 4: ANÁLISIS, INFORME Y CUESTIONES FINALES

- El proceso de análisis de los datos.
- La presentación de los datos.
  - La presentación de informaciones cuantitativas.
  - La presentación de informaciones cualitativas.
- Redactando el informe de la investigación de mercado.
- Cuestiones éticas en la investigación de mercados.

#### 5 MÓDULO 5: GUÍA RÁPIDA

- Decida si una encuesta es la herramienta correcta.
- Seleccione el tipo de encuesta apropiado.
- Defina el universo y la muestra.
- Diseñar el cuestionario.
- Capacitar al personal y administrar el cuestionario.
- Utilice el software para procesar los datos.
- Escriba un informe de los resultados y conclusiones.





## 100% ONLINE. FLEXIBILIDAD

Nuestra **metodología online** está pensada para que los alumnos adquieran un nivel de conocimiento adecuado a su ocupación profesional. Ofrecemos un nivel alto de interactividad, siguiendo un plan de trabajo totalmente **individualizado**, con un **seguimiento y evaluación, acceso a contenidos 24 horas y ejercicios** que facilitan y amenizan el aprendizaje.

Una vez matriculado, el alumno recibirá las claves de acceso al **Campus Virtual** del curso para que, desde ese momento, pueda acceder cuando quiera (24 horas al día) en función de su disponibilidad horaria, y desde cualquier PC. Solo necesita conexión a Internet.

Además, el ritmo y el itinerario didáctico del curso están diseñados para ser conciliados con responsabilidades personales y laborales de los estudiantes.

## ¿Qué ventajas tiene la formación online?:



**Fácil de utilizar:** no se necesitan conocimientos específicos de informática para realizar el curso. Nuestra plataforma online orienta paso a paso en todo el proceso de formación.



**Tutor personal:** se pueden resolver las dudas en directo en horario de tutorías o consultar con un tutor personal a través de e-mail.



**Desde cualquier dispositivo:** sin desplazamientos. Con las claves de acceso se puede acceder al curso desde cualquier dispositivo.



**Videos y herramientas multimedia:** Foros, chats, casos prácticos y múltiples vídeos que harán que tu aprendizaje sea mucho más ameno.



**Disponible las 24 horas:** se puede acceder al curso en cualquier momento del día.



**Contenido descargable:** el contenido del curso y todo el material complementario está disponible para su descarga.



**Soporte técnico:** un equipo de soporte informático estará disponible para cualquier incidencia.



**Tutorías telefónicas:** el tutor estará disponible telefónicamente.

X X X X X X X X X X X  
X X X X X X X X X X X  
X X X X X X X X X X X  
X X X X X X X X X X X  
X X X X X X X X X X X  
X X X X X X X X X X X  
X X X X X X X X X X X  
X X X X X X X X X X X  
X X X X X X X X X X X  
X X X X X X X X X X X  
X X X X X X X X X X X

# femxa

