



## Investigación de Mercados.

### 1. Objetivo:

Los participantes conocerán y estarán en capacidad de aplicar los conocimientos necesarios para llevar a cabo un estudio de mercado.

### 2. A quien va dirigido:

Principalmente al personal del Área de Mercadotecnia.

### 3. Temario:

- ▶ Definición.
- ▶ Funciones de la Investigación de Mercados.
- ▶ Proceso de la Investigación de Mercados.
- ▶ Tipos de Estudios de Mercados.
- ▶ Estudios de Mercado más utilizados por las Empresas.
- ▶ Investigación de Mercados en la Estrategia de Marketing.
- ▶ Marketing Estratégico.
- ▶ 7.1 Funciones del Marketing estratégico.
- ▶ Marketing Operacional.
- ▶ Algunos tipos de Investigaciones de Mercados.
- ▶ Aplicaciones de la Investigación de Mercados.
- ▶ Proceso de Identificación y Desarrollo del Nuevos Productos.
- ▶ Brief de Investigación de Mercados.

### 4. Material:

Apuntes de apoyo, ejercicios y presentaciones en power point.

### 5. Metodología:

Presentación del Tema.

Ejemplos de aplicación de los conceptos.

Ejercicios acerca del tema.

Evaluación constante tanto personal como de grupo.

### 6. Duración:

El curso puede tener una duración de hasta doce horas con la dosificación que convenga a quien contrata.

### 7. Acreditación.

Evaluación escrita:

Se tomará en cuenta asistencia y participación.

