

<b>CURSO:</b>	<p align="center"> <b>CURSO ONLINE DE INVESTIGACION EN MARKETING</b>  <b>¿Cómo realizar un estudio de mercado?</b> 7ª Edición  Reconocimiento 3 créditos ECTS y LOU (consultar titulaciones  <a href="http://www.uam.es/servicios/administrativos/ordenacion/seminars/">http://www.uam.es/servicios/administrativos/ordenacion/seminars/</a> )  Web del curso: <a href="https://goo.gl/f7ubbx">https://goo.gl/f7ubbx</a>  Valoración de alumnos edición anterior: <a href="https://goo.gl/CbPzyy">https://goo.gl/CbPzyy</a> </p>
<b>ESTRUCTURA Y CONTENIDO:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>MARKETING E INVESTIGACION DE MERCADOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketing e Investigación de Mercados off-online</li> <li>- Planteamiento general de un Estudio de Mercado</li> <li>- Fuentes secundarias en marketing: tradicionales y digitales</li> </ul> </li> <li>2. <b>REUNION DE GRUPO Y ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La investigación cualitativa</li> <li>- La reunión de grupo y la entrevista en profundidad aplicadas al Marketing</li> <li>- Las entrevistas y las reuniones de grupo cualitativas online</li> </ul> </li> <li>3. <b>TECNICAS PROYECTIVAS, OBSERVACION Y NEUROMARKETING</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Técnicas proyectivas aplicadas en marketing</li> <li>- Técnicas de observación en marketing: Etnografía, Netnografía, Reputación Online, Coolhunting, Mystery Shopper,...</li> <li>- Neuromarketing</li> </ul> </li> <li>4. <b>ENCUESTA, PANEL Y OMNIBUS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño y realización de encuestas en el área de Marketing</li> <li>- Encuestas digitales en dispositivos fijos y móviles</li> <li>- Panel y Ómnibus</li> </ul> </li> <li>5. <b>DISEÑO DE CUESTIONARIOS Y ESCALAS DE MEDIDA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboración de cuestionarios útiles en temas comerciales</li> <li>- Escalas de medida más utilizadas en Marketing</li> <li>- Pretest</li> </ul> </li> <li>6. <b>MUESTREO Y CODIFICACION</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Métodos de muestreo en investigación en marketing</li> <li>- Tamaño de muestra y error de muestreo</li> <li>- Codificación de datos</li> </ul> </li> <li>7. <b>ANALISIS ESTADISTICO DE DATOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Introducción al análisis estadístico de datos</li> <li>- Técnicas de análisis univariado y bivariado</li> <li>- Técnicas de análisis multivariado</li> </ul> </li> <li>8. <b>PRESENTACION DE RESULTADOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboración de informes escritos en estudios de mercado</li> <li>- Videoinformes e infografías</li> <li>- Presentaciones orales</li> </ul> </li> </ol> <p>Profesorado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Angel Fernández Nogales. Profesor Titular UAM</li> <li>• Miguel Lazaro ADVANCED RESEARCH AND STRATEGIC MARKETING</li> <li>• Alberto Relaño TNS DIGITAL</li> </ul>
<b>LUGAR Y FECHA:</b>	<p><b>Curso totalmente online sin sesiones presenciales ni horarios fijos.</b></p> <p>Campus virtual Moodle UAM</p> <p><b>8 semanas:</b> 1º período: 20 de noviembre a 17 de diciembre de 2017- 2º período: 1 a 28 de enero de 2018</p>
<b>INSCRIPCIÓN:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Matrícula abierta. <b>Importe total del curso 225 €.</b></li> <li>- Becas: se conceden un 10% de becas sobre el total de alumnos matriculados.</li> <li>- El curso está dirigido a todos aquellos estudiantes o profesionales que deseen adquirir conocimientos en un área en pleno desarrollo y actualidad para completar sus estudios y/o para su aplicación profesional. No existen requisitos de acceso.</li> <li>- Al finalizar el curso se entrega un certificado.</li> <li>- Inscripción y pago de matrícula: se realizará online.</li> <li>- Fundación de la UAM: <a href="http://matriculas.fuam.es/matriculauam/Convocatorias.action">http://matriculas.fuam.es/matriculauam/Convocatorias.action</a></li> <li>- Contactar con: Angel Fernández Nogales. Director. Teléfono: 914973912 Email: <a href="mailto:angel.fernandez@uam.es">angel.fernandez@uam.es</a></li> <li>- Facultad Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Autónoma de Madrid</li> </ul>