

CURSO ONLINE MARKETING EN INVESTIGACION EN MARKETING ¿CÓMO REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO?

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE MADRID 9ª Edición

CURSO:	<p>Curso totalmente online sin sesiones presenciales ni horarios fijos. Importe total del curso 225 € Reconocimiento 3 créditos ECTS y LOU (consultar titulaciones https://soayae.ti.uam.es/ofertalibreconfiguracion/) Web del curso: http://formacioncontinua.uam.es/37115/detail.html</p>
ESTRUCTURA Y CONTENIDO:	<ol style="list-style-type: none">MARKETING E INVESTIGACION DE MERCADOS<ul style="list-style-type: none">Marketing e Investigación de Mercados off-onlinePlanteamiento general de un Estudio de MercadoFuentes secundarias en marketing: tradicionales y digitalesREUNION DE GRUPO Y ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD<ul style="list-style-type: none">La investigación cualitativaLa reunión de grupo y la entrevista en profundidad aplicadas al MarketingLas entrevistas y las reuniones de grupo cualitativas onlineTECNICAS PROYECTIVAS, METODO DELPHI, NEUROMARKETING Y USABILIDAD WEB<ul style="list-style-type: none">Técnicas proyectivas aplicadas en marketingMétodo DelphiInvestigación en neuromarketingTécnicas de usabilidad webTECNICAS DE OBSERVACION<ul style="list-style-type: none">Técnicas de observación en marketingObservación offline: etnografía, mystery shopper y otras modalidades offlineObservación online: monitorización, reputación, analítica, netnografía, coolhunting y otras modalidades onlineENCUESTA, PANEL Y OMNIBUS<ul style="list-style-type: none">Diseño y realización de encuestas en el área de MarketingEncuestas digitales en dispositivos fijos y móvilesPanel y ÓmnibusDISEÑO DE CUESTIONARIOS Y ESCALAS DE MEDIDA<ul style="list-style-type: none">Elaboración de cuestionarios útiles en temas comercialesEscalas de medida más utilizadas en MarketingPretestMUESTREO Y CODIFICACION<ul style="list-style-type: none">Métodos de muestreo en investigación en marketingTamaño de muestra y error de muestreoCodificación de datosANALISIS ESTADISTICO DE DATOS Y ELABORACION DEL INFORME<ul style="list-style-type: none">Introducción al análisis estadístico de datosTécnicas de análisis univariado y bivariadoTécnicas de análisis multivariadoElaboración de informes y presentaciones <p>Profesorado:</p> <ul style="list-style-type: none">Angel Fernández Nogales. Profesor Titular UAMMiguel Lazaro ADVANCED RESEARCH AND STRATEGIC MARKETINGAlberto Relaño KANTAR DIGITAL
LUGAR Y FECHA:	<p>Curso totalmente online sin sesiones presenciales ni horarios fijos. Campus virtual Moodle UAM 8 semanas: 25 de noviembre a 22 de diciembre y 13 de enero a 9 de febrero</p>
INSCRIPCION:	<p>Matrícula abierta. Importe total del curso 225 €. <u>Becas:</u> se conceden un 10% de becas sobre el total de alumnos matriculados. Al finalizar el curso se entrega un <u>certificado</u>. Inscripción y pago de matrícula: se realizará online. Fundación de la UAM: http://formacioncontinua.uam.es/37115/detail.html Contactar con: Angel Fernández Nogales. Director. Teléfono: 914973912 Email: angel.fernandez@uam.es Facultad Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Autónoma de Madrid</p>