

Máster Profesional

Dirección de Investigación y Técnicas de Mercados



Máster Profesional Dirección de Investigación y Técnicas de Mercados

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 12 meses

Horas: 1.500

Acceso web: www.tech-fp.com/comercio-marketing/master-profesional/master-profesional-direccion-investigacion-tecnicas-mercados

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Requisitos de acceso

pág. 6

03

Salidas profesionales

pág. 8

04

¿Qué seré capaz de hacer
al finalizar el Máster
Profesional?

pág. 10

05

Dirección del curso

pág. 14

06

Plan de formación

pág. 16

07

Metodología

pág. 20

08

Titulación

pág. 24

01

Presentación

Antes de iniciar cualquier empresa o proyecto, a lo que primero se debe acudir es a una buena investigación de mercado que te permita tomar las decisiones adecuadas, gracias al estudio de las distintas variables utilizando metodologías y técnicas específicas. Ahora mediante el avance digital, se implementan nuevas herramientas, softwares especializados, que facilitan el desarrollo de la investigación, pudiendo obtener la información necesaria y auténtica. Este Máster Profesional en Dirección de Investigación y Técnicas de Mercados adquirirás los conocimientos más novedosos para insertarte en este mercado laboral con total acierto. A partir de la tutoría de un claustro docente experto, adquirirás competencias para desenvolverte como experto en esta importante y requerida área del marketing, mediante un estudio 100% online y titulándote en 12 meses.

“

Con la evolución tecnológica muchas son las innovaciones en el campo de la investigación de mercados. Capacítate para entrar en un sector en constante crecimiento con este Máster Profesional”





La idea de la investigación de mercados, un proceso que nació en el siglo XX, es obtener información sobre términos clave, intereses, hábitos, valores, etcétera; datos cualitativos y cuantitativos que servirán de base para un análisis exhaustivo de las acciones a llevar a la práctica. Sin un buen estudio de mercado en el que se defina al cliente ideal, es imposible construir una estrategia de marketing eficaz que permita conseguir los mejores resultados.

Este Máster Profesional representa una oportunidad para saber cómo trasladar a la práctica e impactar positivamente en el desarrollo de los proyectos empresariales a través del estudio de nuevas tendencias como el *inbound marketing*, el neuromarketing y principios de marketing estratégico.

Un programa profesionalizante te llevará a comprender la gestión del mercado y los clientes, las técnicas de investigación cualitativa y las cuantitativas, el diseño de las diferentes herramientas para recopilar la información, el análisis y métricas en internet. Entre otros aspectos indispensables profundizados en el temario de esta capacitación.

Al ser 100% online, donde no estarás condicionado por horarios fijos ni necesitarás trasladarte a otro lugar físico, sino que podrás acceder a los contenidos en cualquier momento del día, compaginando tu vida laboral o personal con la académica y abriéndote las puertas hacia nuevas oportunidades laborales para tu desarrollo profesional.

“ Conocerás las diferentes técnicas y metodologías más efectivas para la aplicación en la investigación de mercado y obtener el éxito en los proyectos empresariales. Este Máster profesional es la oportunidad para entrar en un sector en constante demanda”

02

Requisitos de acceso

Esta titulación no exige ningún requisito de acceso previo al alumno. Esto quiere decir que, para inscribirse y completar el programa, no es necesario haber realizado ningún estudio de forma previa, ni resulta obligatorio cumplir ninguna otra clase de criterio preliminar. Esto te permitirá matricularte y comenzar a aprender de forma inmediata, y sin los complejos trámites exigidos por otras instituciones académicas.

Gracias a este acceso inmediato conseguirás potenciar y poner al día tus conocimientos de un modo cómodo y práctico. Lo que te posicionará fácilmente en un mercado laboral altamente demandado y sin tener que dedicar cientos de horas a estudiar formación reglada previa.

Por todo ello, este programa se presenta como una gran oportunidad para mejorar tus perspectivas de crecimiento profesional de forma rápida y eficiente. Todo esto, a través de un itinerario académico 100% online y con la garantía de calidad, prestigio y empleabilidad de TECH Formación Profesional.

“

TECH te permite el acceso inmediato a esta titulación, sin requerimientos previos de ingreso ni complejos trámites para matricularte y completar el programa”





Las ventajas de cursar este programa sin necesidad de cumplir requisitos de acceso previo son:

01

Podrás matricularte inmediatamente y comenzar a estudiar cuando quieras. A tu ritmo y sin esperas

02

Tendrás acceso a un programa de alto valor curricular, donde podrás adquirir las habilidades profesionales más demandadas en la actualidad de un modo práctico

03

Mejorarás tus perspectivas laborales en tan solo unas semanas

04

Tendrás acceso a los recursos didácticos multimedia más avanzados del mercado educativo

05

Te prepararás para responder a las necesidades actuales del mercado profesional aprendiendo mediante un formato 100% online

06

Obtendrás una titulación de TECH, una institución académica de referencia a nivel internacional

03

Salidas profesionales

Estudiando este Máster Profesional con TECH podrás ampliar tus oportunidades laborales, ejerciendo tu trabajo en Dirección de Investigación y Técnicas de Mercado en alguno de los siguientes sectores y cargos, entre las múltiples oportunidades que existen para esta titulación.

“

La investigación de mercado es una guía para tus decisiones empresariales, brindándote información sobre tu mercado, competidores, productos, marketing y tus clientes. Amplía tus salidas profesionales con este Máster”



Esta titulación, en definitiva, te convertirá en un gran especialista preparado para trabajar en alguno de los siguientes puestos:

- ◆ Técnico en estudios de mercado y opinión pública
- ◆ Técnico de relaciones públicas
- ◆ Agente de encuestas y censos
- ◆ Codificador de datos para investigaciones de mercados
- ◆ Técnico en trabajos de campo
- ◆ Auxiliar de medios en empresas de publicidad
- ◆ Representante comercial
- ◆ Teleoperador/televendedor
- ◆ Asistente de director comercial
- ◆ Responsable de promociones punto de venta



04

¿Qué seré capaz de hacer al finalizar el Máster Profesional?

Al finalizar este Máster Profesional en Dirección de Investigación y Técnicas de Mercados adquirirás una serie de conocimientos y competencias que te ayudarán a ofrecer un servicio especializado y de calidad en tus intervenciones. Por todo esto, este programa se posiciona como la mejor opción para especializarse en *management*, estrategia de empresas y organizaciones.

01

Definir las últimas tendencias novedades en gestión empresarial

02

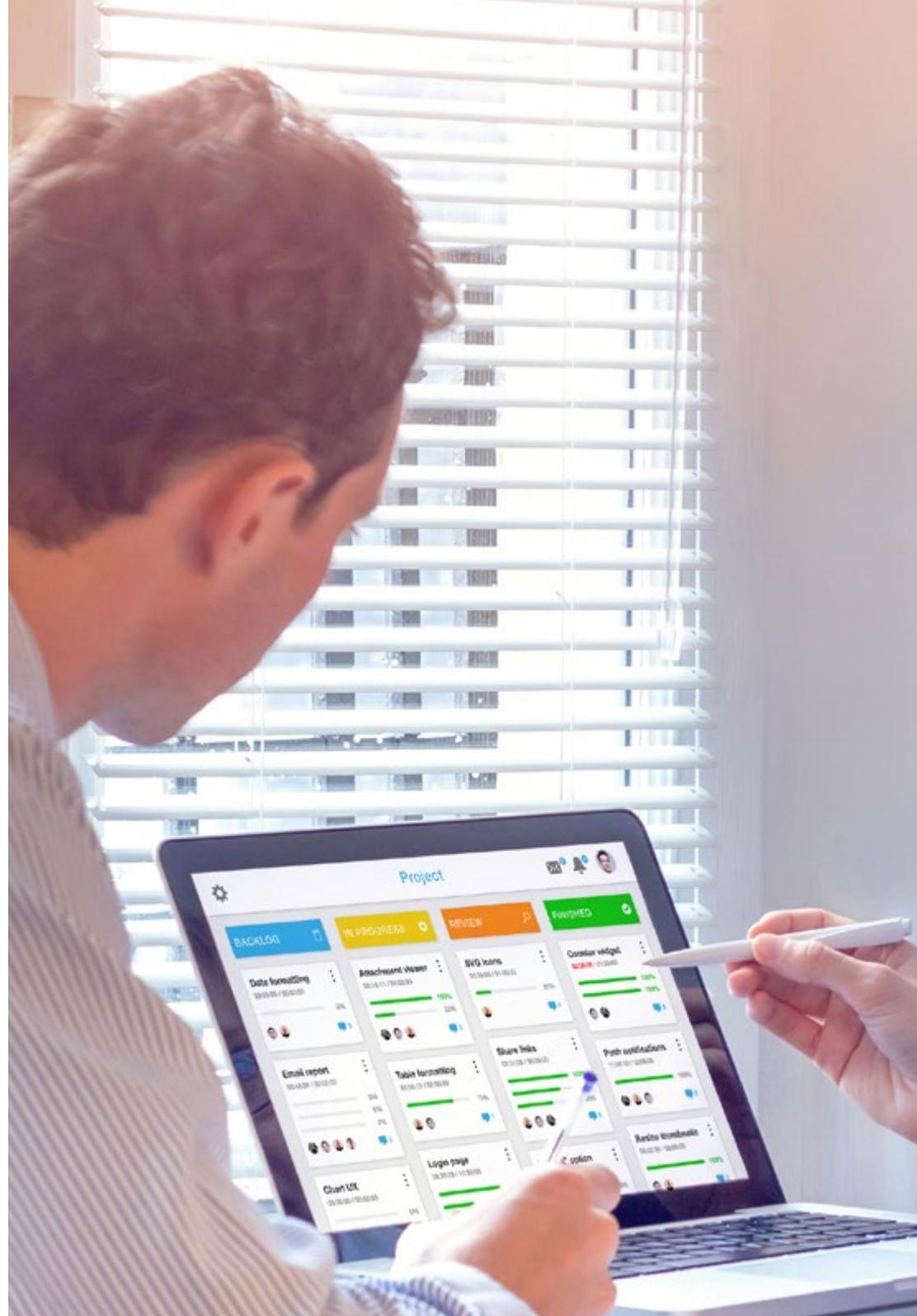
Construir un plan de desarrollo y mejora de habilidades personales y directivas

03

Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entorno complejo e inestable

04

Desarrollar un plan de marketing para la empresa





05

Identificar los tipos de investigación de mercados y saber aplicar el más adecuado para la compañía

06

Desarrollar las principales técnicas en la investigación de mercados

07

Ser capaz de definir cuál es la técnica de investigación de mercados más adecuada para la compañía

08

Conocer y saber aplicar las principales herramientas digitales para realizar análisis y métricas del mercado

09

Conocer en profundidad las principales herramientas cuantitativas y cualitativas para estas investigaciones

10

Adquirir habilidades de dirección y liderazgo

11

Conocer los distintos segmentos del mercado y analizar en cuáles debe poner el foco la empresa

12

Saber identificar a las empresas competidoras y crear estrategias que marquen la diferencia entre ambas

13

Utilizar las técnicas de marketing para lograr una buena reputación de la compañía



14

Ser capaz de gestionar y liderar proyectos de investigación

15

Saber realizar el trabajo de campo

16

Analizar los resultados obtenidos y llegar a conclusiones útiles para la empresa

17

Impulsar acciones de valor para clientes y accionistas

18

Dominar herramientas Adicionales para la valoración de proyectos de inversión

05

Dirección del curso

Dentro del concepto de calidad total de TECH, elige a los mejores profesionales para integrar un cuadro docente de altísimo nivel, escogido por su contrastada experiencia en el sector de comercio y marketing. Profesionales que componen un elenco multidisciplinar completo y que te proveen de una oportunidad única de aprender de los mejores.

“

Déjate guiar por los mejores y adquiere los conocimientos y competencias que necesitas para implicarte en el sector de la Dirección de Investigación y Técnicas de Mercados”





Dirección del curso

D. López Rausell, Adolfo

- ◆ Consultor Independiente en KMC
- ◆ Comercial y técnico de investigación en Investgroup
- ◆ Consultor de Marketing en Alcoworking
- ◆ Profesor MBA en EDEM
- ◆ Gerencia en Club de Innovación de la Comunidad Valenciana
- ◆ Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad De Valencia
- ◆ Diplomado en Marketing por ESEM Escuela de Negocio
- ◆ Miembro de AECTA (Vocal de comunicación de Junta Directiva), AINACE (vocal de Junta Directiva), Club Marketing Valencia (expresidente)

“

TECH ha seleccionado cuidadosamente al equipo docente de este programa para que puedas aprender de los mejores especialistas de la actualidad”

06

Plan de formación

El plan de estudios ha sido diseñado en base a la eficacia educativa 100% online, seleccionando cuidadosamente los contenidos para ofrecer un temario amplio, que incluye todos los campos de estudio imprescindibles para alcanzar el conocimiento real de la Dirección de Investigación y Técnicas de Mercado. Con las actualizaciones y aspectos más novedosos del sector comercio y marketing.

“

TECH combina un contenido seleccionado por expertos y una metodología innovadora de estudio, claves para que tu aprendizaje sea exitoso”



Módulo 1. *Management* y estrategia de empresas y organizaciones

- 1.1. *General Management*
- 1.2. Diseño Organizacional
- 1.3. Planificación y Estrategia
- 1.4. Dirección Estratégica
- 1.5. Estrategia Corporativa
- 1.6. Estrategia Digital
- 1.7. Estrategia Corporativa y Estrategia Tecnológica
- 1.8. Estrategia Competitiva
- 1.9. Valoración de Inversiones
- 1.10. *Social Business*

Módulo 2. Principios de marketing estratégico

- 2.1. Fundamentos de Marketing
- 2.2. Dimensiones de la Estrategia de Marketing
- 2.3. Función del Marketing Estratégico
- 2.4. Marketing Digital
- 2.5. *Inbound Marketing*
- 2.6. Marketing: de la Idea al Mercado
- 2.7. Psicología y Comportamiento del Consumidor
- 2.8. Segmentación de Mercados
- 2.9. Posicionamiento Competitivo
- 2.10. Marketing Social

Módulo 3. Procesos y variables de marketing

- 3.1. Desarrollo del Plan de Marketing
- 3.2. *Marketing Mix*
- 3.3. Gestión de Productos
- 3.4. Principios de Precios
- 3.5. Gestión de Canales de Distribución
- 3.6. Comunicación Publicitaria
- 3.7. *E-commerce*
- 3.8. Sistema de Información de Marketing
- 3.9. *Marketing Intelligence*
- 3.10. *Branding*

Módulo 4. Gestión del mercado y los clientes

- 4.1. *Marketing Management*
- 4.2. Marketing Relacional
- 4.3. *Data Base Marketing*
- 4.4. Tipos de Comportamiento de Compra
- 4.5. *Marketing Consumer Centric*
- 4.6. Logística y Clientes
- 4.7. El Proceso de Fidelización
- 4.8. Conociendo al Mercado y Consumidor
- 4.9. Web Social
- 4.10. Plataformas Social Media

Módulo 5. Introducción a la investigación de mercados

- 5.1. Fundamentos de la Investigación de Mercados
- 5.2. Aplicaciones de la Investigación de Mercados
- 5.3. Tipos de Investigación de Mercados
- 5.4. Tipos de Información
- 5.5. Organización de la Investigación de Mercados
- 5.6. Gestión de Proyectos de Investigación
- 5.7. Los Estudios de Gabinete
- 5.8. El Trabajo de Campo
- 5.9. Investigación de Mercados online
- 5.10. La Propuesta de Investigación de Mercados

Módulo 6. Técnicas de investigación cualitativa

- 6.1. Introducción a la Investigación Cualitativa
- 6.2. La Dinámica de Grupos
- 6.3. La Entrevista en Profundidad
- 6.4. Técnicas Proyectivas
- 6.5. Técnicas de Creatividad
- 6.6. Observación como técnica cualitativa
- 6.7. Neuromarketing: las respuestas del cerebro
- 6.8. La Pseudocompra
- 6.9. La Investigación Cualitativa digital
- 6.10. Aplicación de la Investigación Cualitativa

Módulo 7. Técnicas de investigación cuantitativa

- 7.1. Introducción a la Investigación Cuantitativa
- 7.2. La Encuesta Personal
- 7.3. La Encuesta Telefónica
- 7.4. La Encuesta Autoadministrada
- 7.5. El Ómnibus
- 7.6. El Panel
- 7.7. El *Tracking*
- 7.8. Observación como técnica cuantitativa
- 7.9. La Experimentación
- 7.10. Aplicación de la Investigación Cuantitativa

Módulo 8. Producción de la investigación de mercados

- 8.1. El Cuestionario Cuantitativo
- 8.2. Formulación de las preguntas
- 8.3. Escalas de Medida
- 8.4. Diseño de Cuestionarios en Internet
- 8.5. Guiones y Entrevistas Cualitativas
- 8.6. El Muestreo
- 8.7. Muestreo Probabilístico
- 8.8. Muestreo No Probabilístico
- 8.9. Tamaño de la Muestra
- 8.10. Proceso de Trabajo de Campo



Módulo 9. Análisis y métricas en internet

- 9.1. Sistemas de Información para la toma de decisiones
- 9.2. Análisis Web
- 9.3. *Google Analytics*
- 9.4. Análisis Cualitativo
- 9.5. Métricas digitales
- 9.6. Áreas de análisis de una estrategia
- 9.7. *Data Science & Big Data*
- 9.8. Herramientas de analítica web
- 9.9. Visualización de datos
- 9.10. Analítica móvil

Módulo 10. Análisis de resultados y aplicaciones de la investigación de mercados

- 10.1. Plan de Análisis de la Información
- 10.2. Análisis Descriptivo de la Información
- 10.3. Análisis Bivalente
- 10.4. Análisis Multivariantes de Dependencia
- 10.5. Análisis Multivariantes de Interdependencia
- 10.6. Conclusiones de la Investigación de Mercados
- 10.7. Elaboración del Informe
- 10.8. La Investigación de Mercados Internacionales
- 10.9. Los Estudios de Viabilidad
- 10.10. Estudios de Intención de Voto

07

Metodología

Nuestra institución es la primera en el mundo que combina la metodología de los *case studies* con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos los case studies con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

TECH pone a tu disposición un método de aprendizaje que ha revolucionado la Formación Profesional y con el que mejorarás tus perspectivas de futuro de forma inmediata.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los profesionales del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina *Relearning*.

Nuestra institución es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019 conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores del mejor centro educativo online en español.



Esta titulación de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer tu crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso en TECH utilizarás los *case studies*, la metodología de enseñanza más avanzada y eficaz del mercado educativo.

“ *Nuestro programa te proporciona las mejores habilidades profesionales, preparándote para afrontar todos los retos actuales y futuros en esta área*”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

Ante una determinada situación, ¿qué harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.



En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.



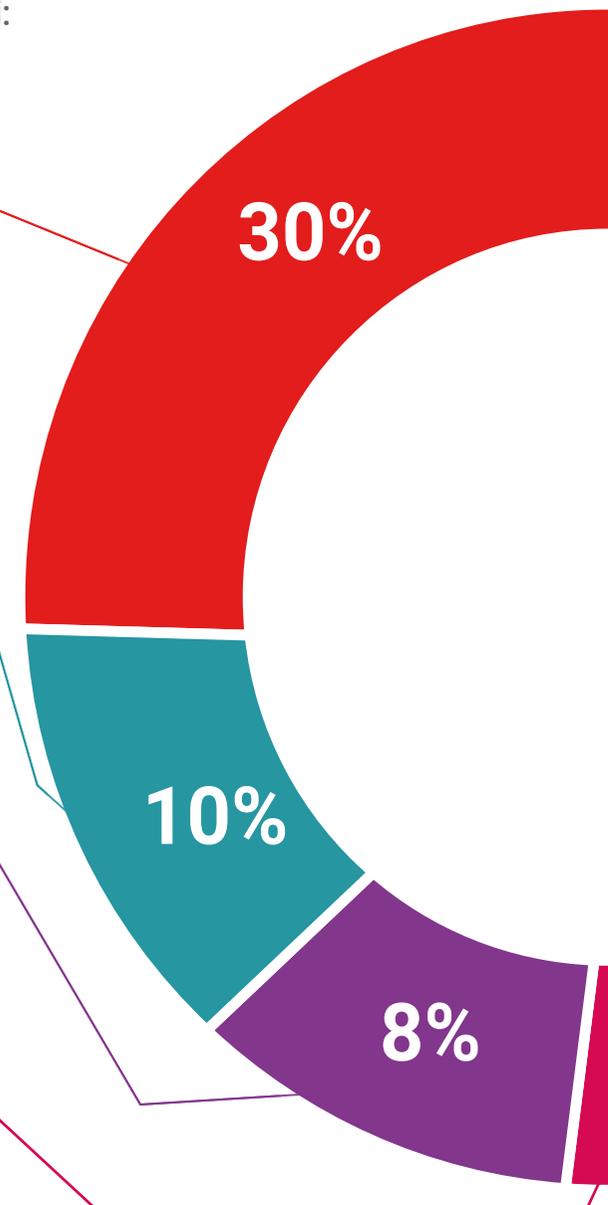
Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



08

Titulación

El Máster Profesional en Dirección de Investigación y Técnicas de Mercados garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Profesional expedido por TECH.

Tras la superación de las evaluaciones, el alumno recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente Título de Máster Profesional emitido por TECH.

El título expedido por TECH expresará la calificación que haya obtenido en el Máster Profesional, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores carreras profesionales.

Título: **Máster Profesional en Dirección de Investigación y Técnicas de Mercados**

Modalidad: **Online**

Horas: **1.500**



salud futuro
confianza personas
educación información tutores
garantía acreditación enseñanza
instituciones tecnología aprendizaje
comunidad compromiso
atención personalizada innovación
conocimiento presente calidad
desarrollo web formación
aula virtual idiomas instituciones

tech formación profesional

Máster Profesional Dirección de Investigación y Técnicas de Mercados

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 12 meses

Horas: 1.500

Máster Profesional

Dirección de Investigación y Técnicas de Mercados