

# TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL

**GLOBAL\_**  
**THINKING**  
GLOBAL LEADERS\_

**SEMINARIO PROFESIONAL – 24 h.**

**FORMATO: Presencial**

**ÁREA: Marketing**

## OBJETIVOS

- » Adquirir los conocimientos técnicos y métodos básicos necesarios para controlar el correcto desarrollo de una investigación comercial.

## PROGRAMA - FASES

- » La necesidad de la investigación comercial y el entorno altamente competitivo
- » Tipología de la investigación comercial
- » Fases de una investigación
  - » Descripción del problema
  - » Delimitación de objetivos
  - » Determinación de fuentes de información
  - » Elección de la técnica
- » Fuentes de información
- » Muestreo
- » La investigación cuantitativa: aplicaciones
- » Técnicas: Entrevista en profundidad + Grupo de discusión + Observación + Otros “ad hoc”
- » La investigación cuantitativa:
  - » Cuestionarios:
- » Confección: Requisitos + Tipologías + Orden y tipo de preguntas + Tratamiento de datos e informe

## METODOLOGÍA

### **PRESENCIAL:**

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

## A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Jefes de Investigación de Mercados, Técnicos de Investigación, Product Managers, Jefes de Grupo de Productos, Técnicos de marketing que quieran promocionar, profesionales del área de marketing y jefes o profesionales del área comercial que quieran desarrollarse en el área de marketing.

*\*Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*