Experto Universitario

Introducción y Técnicas de Investigación de Mercados



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Introducción y Técnicas de Investigación de Mercados

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **450 h.**
Dirigido a: **Directivos o mandos intermedios con experiencia demostrable en áreas gerenciales.**
Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-introduccion-tecnicas-investigacion-Mercados**

Índice

01 Bienvenida — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? — pág. 6

03 ¿Por qué nuestro programa? — pág. 10

04 Objetivos — pág. 14

05 Estructura y contenido — pág. 18

06 Metodología — pág. 24

07 Perfil de nuestros alumnos — pág. 32

08 Dirección del curso — pág. 36

09 Impacto para tu carrera — pág. 40

10 Beneficios para tu empresa — pág. 44

11 Titulación — pág. 48

01

Bienvenida

Las empresas que logran el éxito en su sector son aquellas que están mejor preparadas. Pero eso no significa solo contar con los mejores productos y capital humano, sino con un conocimiento superior del mercado que permita identificar las fortalezas y debilidades tanto del propio negocio como de la competencia, así como los intereses de los consumidores. Solo así se podrán poner en marcha esas estrategias efectivas que redunden en mayores beneficios. Para cumplir este objetivo, TECH ofrece un completísimo programa dirigido a directivos y altos mandos, con el que podrán aprender las principales técnicas de Investigación cualitativas y cuantitativas existentes, gracias a las que podrán dar un impulso a sus carreras, aportando notables ventajas en las empresas en las que se desarrollen profesionalmente.



Experto Universitario en Introducción y Técnicas de Investigación de Mercados.
TECH Universidad Tecnológica



La figura del directivo recto, inflexible y autoritario ha quedado obsoleta. Ha surgido un nuevo perfil, mucho más acorde con las nuevas tendencias y que destaca por tener conocimientos tecnológicos, practicar la escucha activa con sus trabajadores y ser autocrítico con su trabajo"

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.





TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial"

En TECH Universidad Tecnológica

Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

"Caso de Éxito Microsoft Europa" por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivídeo interactivo.

Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

95% | **de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito**

Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

+100.000 **directivos capacitados cada año**

+200 **nacionalidades distintas**

Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

+500 | **acuerdos de colaboración con las mejores empresas**

Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.

Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.



Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.

En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico"

TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:

Análisis

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.

Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.

Economía de escala

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.





Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico"

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.

05

Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.

07

Mejorar *soft skills* y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.

04

Objetivos

Este programa está diseñado para que los responsables de la Investigación de Mercados sean capaces de aplicar todas esas técnicas y herramientas cuantitativas y cualitativas que les aportarán una información determinante del mercado en el que se mueve sus empresas. De esta manera, podrán tomar decisiones exitosas en entornos complejos e inestables, logrando ese nivel de éxito necesario que fomente el crecimiento de sus compañías y les otorgue mayores beneficios.





Utiliza herramientas digitales para conocer en profundidad a todos los agentes involucrados en el mercado"

Tus objetivos son los nuestros.
Trabajamos conjuntamente para ayudarte a conseguirlos.

El **Experto Universitario en Introducción y Técnicas de Investigación de Mercados** capacitará al alumno para:

01 Definir las últimas tendencias y novedades en Investigación de Mercados

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 Organizar y realizar dinámicas de grupo

05 Desarrollar las principales técnicas en la Investigación de Mercados

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

05

Estructura y contenido

El Experto Universitario en Introducción y Técnicas de Investigación de Mercados es un programa diseñado para que los profesionales de los negocios conozcan el entorno en el que se mueven sus empresas y sean capaces de determinar las estrategias más apropiadas que favorezcan su crecimiento. Para lograrlo, el temario se ha estructurado en 3 módulos didácticos, en el que encontrarán las principales herramientas para analizar a los clientes y competidores.





Conocer a tus competidores te permitirá crear mejores estrategias para la atracción de clientes"

Plan de estudios

El Experto Universitario en Introducción y Técnicas de Investigación de Mercados de TECH Universidad Tecnológica pretende ofrecer a los alumnos todo ese conocimiento y herramientas que podrán aplicar en su trabajo diario, con el fin de analizar en profundidad el entorno en el que se mueven sus empresas y redirigir sus propias estrategias comerciales, de producción, ventas, promoción y publicidad, entre otras, hacia las nuevas necesidades del consumidor.

De esta manera, la Investigación de Mercados se ha convertido en una pieza fundamental de cualquier negocio, ya que ofrece un tipo de información que es vital para el adecuado progreso de la compañía.

A lo largo de 450 horas de estudio, el alumno realizará multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, lo que le aportará un conocimiento exhaustivo sobre todas esas acciones que puede poner en marcha para conocer el mercado en el que se mueve su empresa, pero también para analizarla a nivel interno. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este Experto Universitario en Introducción y Técnicas de Investigación de Mercados está pensado para ofrecer un conocimiento superior a los alumnos, gracias al cual sean capaces de dirigir equipos en los que el uso de este tipo de herramientas cualitativas y cuantitativas sea básico. Un plan de estudios que, en 6 meses, preparará a los estudiantes para enfrentarse al mercado laboral con la seguridad de un profesional ampliamente experimentado, y que también será fundamental para actualizar los conocimientos de todos los que, aun teniendo un amplio recorrido profesional en el sector, quieren ponerse al día con las principales novedades.

Este programa se desarrolla a lo largo de 6 meses y se divide en 3 módulos:

Módulo 1	Introducción a la Investigación de Mercados
Módulo 2	Técnicas de Investigación cualitativa
Módulo 3	Técnicas de Investigación cuantitativa



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Experto Universitario en Introducción y Técnicas de Investigación de Mercados de manera totalmente online. Durante los 6 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.

Módulo 1. Introducción a la Investigación de Mercados

1.1. Fundamentos de la Investigación de Mercados
1.1.1. Concepto de Investigación de Mercados y Marketing
1.1.2. Utilidad de la Investigación de Mercados
1.1.3. La ética de la Investigación de Mercados

1.2. Aplicaciones de la Investigación de Mercados
1.2.1. El valor de la Investigación para los directivos
1.2.2. Factores de la decisión de investigar el mercado
1.2.3. Prinipales objetivos de la Investigación de Mercados

1.3. Tipos de Investigación de Mercados
1.3.1. Investigaciones exploratorias
1.3.2. Investigaciones descriptivas
1.3.3. Investigaciones causales

1.4. Tipos de información
1.4.1. Elaboración: primaria y secundaria
1.4.2. Naturaleza cualitativa
1.4.3. Naturaleza cuantitativa

1.5. Organización de la Investigación de Mercados
1.5.1. El departamento interno de Investigación de Mercados
1.5.2. La contratación externa de la Investigación
1.5.3. Factores de decisión: interna vs externa

1.6. Gestión de proyectos de Investigación
1.6.1. La Investigación de Mercados como un proceso
1.6.2. Etapas de planificación en la Investigación de Mercados
1.6.3. Etapas de ejecución en la Investigación de Mercados
1.6.4. Gestión de un proyecto de Investigación

1.7. Los estudios de gabinete
1.7.1. Objetivos de los estudios de gabinete
1.7.2. Fuentes de información secundaría
1.7.3. Resultados de los estudios de gabinete

1.8. El trabajo de campo
1.8.1. Obtención de información primaria
1.8.2. Organización de la obtención de información
1.8.3. Control de entrevistadores

1.9. Investigación de Mercados online
1.9.1. Herramientas de Investigación cuantitativas en Mercados online
1.9.2. Herramientas de Investigación cualitativas dinámicas de los clientes

1.10. La propuesta de Investigación de Mercados
1.10.1. Objetivos y metodología
1.10.2. Plazos de ejecución
1.10.3. Presupuesto

Módulo 2. Técnicas de Investigación cualitativa

2.1. Introducción a la Investigación cualitativa
2.1.1. Objetivos de la Investigación cualitativa
2.1.2. Fuentes de información cualitativa
2.1.3. Caracteristicas de la información cualitativa

2.2. La dinámica de grupos
2.2.1. Concepto y objetivos
2.2.2. Organización y realización
2.2.3. Resultados de la dinámica de grupos

2.3. La entrevista en profundidad
2.3.1. Concepto y objetivos
2.3.2. El proceso de la entrevista en profundidad
2.3.3. Aplicación de las entrevistas en profundidad

2.4. Técnicas proyectivas
2.4.1. Concepto y objetivos
2.4.2. Principales técnicas proyectivas

2.5. Técnicas de creatividad
2.5.1. Concepto y objetivos
2.5.2. Técnicas intuitivas: *brainstorming*
2.5.3. Técnicas formales: método Delphi
2.5.4. Otras técnicas de creatividad

2.6. Observación como técnica cualitativa
2.6.1. Concepto y aplicaciones
2.6.2. Escenarios de observación
2.6.3. Medios técnicos
2.6.4. Valoración de la observación

2.7. NeuroMarketing: las respuestas del cerebro
2.7.1. Concepto y aplicaciones
2.7.2. Escenarios de observación en neuroMarketing
2.7.3. Técnicas de neuroMarketing

2.8. La pseudocompra
2.8.1. Concepto y aplicaciones
2.8.2. Escenarios de pseudocompra
2.8.3. El *mistery shopper*

2.9. La Investigación cualitativa digital
2.9.1. Descripción y caracteristicas
2.9.2. Principales técnicas cualitativas online

2.10. Aplicación de la Investigación cualitativa
2.10.1. Estructura de resultados de la Investigación cualitativa
2.10.2. Proyección de los resultados de la Investigación cualitativa
2.10.3. Aplicaciones a la toma de decisiones

Módulo 3. Técnicas de Investigación cuantitativa

3.1. Introducción a la Investigación cuantitativa
3.1.1. Objetivos de la Investigación cuantitativa
3.1.2. Fuentes de información cuantitativa
3.1.3. Caracteristicas de la información cuantitativa

3.2. La encuesta personal
3.2.1. Concepto y caracteristicas
3.2.2. Tipos de encuesta personal
3.2.3. Ventajas e inconvenientes de la encuesta personal

3.3. La encuesta télefonica
3.3.1. Concepto y caracteristicas
3.3.2. Tipos de encuesta personal
3.3.3. Ventajas e inconvenientes de la encuesta personal

3.4. La encuesta autoadministrada
3.4.1. Concepto y caracteristicas
3.4.2. Encuesta por internet
3.4.3. Encuestas por correo postal y electrónico
3.4.4. Encuesta por entrega personal

3.5. El ómnibus
3.5.1. Concepto y caracteristicas
3.5.2. Resultados del ómnibus
3.5.3. Tipos de ómnibus

3.6. El panel
3.6.1. Concepto y caracteristicas
3.6.2. Resultados del panel
3.6.3. Tipos de panel

3.7. El *tracking*
3.7.1. Concepto y caracteristicas
3.7.2. Resultados del *tracking*
3.7.3. Tipos de *tracking*

3.8. Observación como técnica cuantitativa
3.8.1. Concepto y utilidad
3.8.2. Escenarios de observación
3.8.3. Medios técnicos
3.8.4. Resultados de la observación cuantitativa

3.9. La experimentación
3.9.1. Concepto y caracteristicas
3.9.2. Test de producto
3.9.3. Test de mercado

3.10. Aplicación de la Investigación cuantitativa
3.10.1. Estructura de resultados de la Investigación cuantitativa
3.10.2. Proyección de los resultados de la Investigación cuantitativa
3.10.3. Aplicaciones a la toma de decisiones

06

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine.***





Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización"

TECH Business School emplea el Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo"



Este programa te prepara para afrontar retos empresariales en entornos inciertos y lograr el éxito de tu negocio.



Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0 para proponerle al directivo retos y decisiones empresariales de máximo nivel, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y empresarial más vigente.

> *Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales"*

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 tomasen decisiones y emitiesen juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

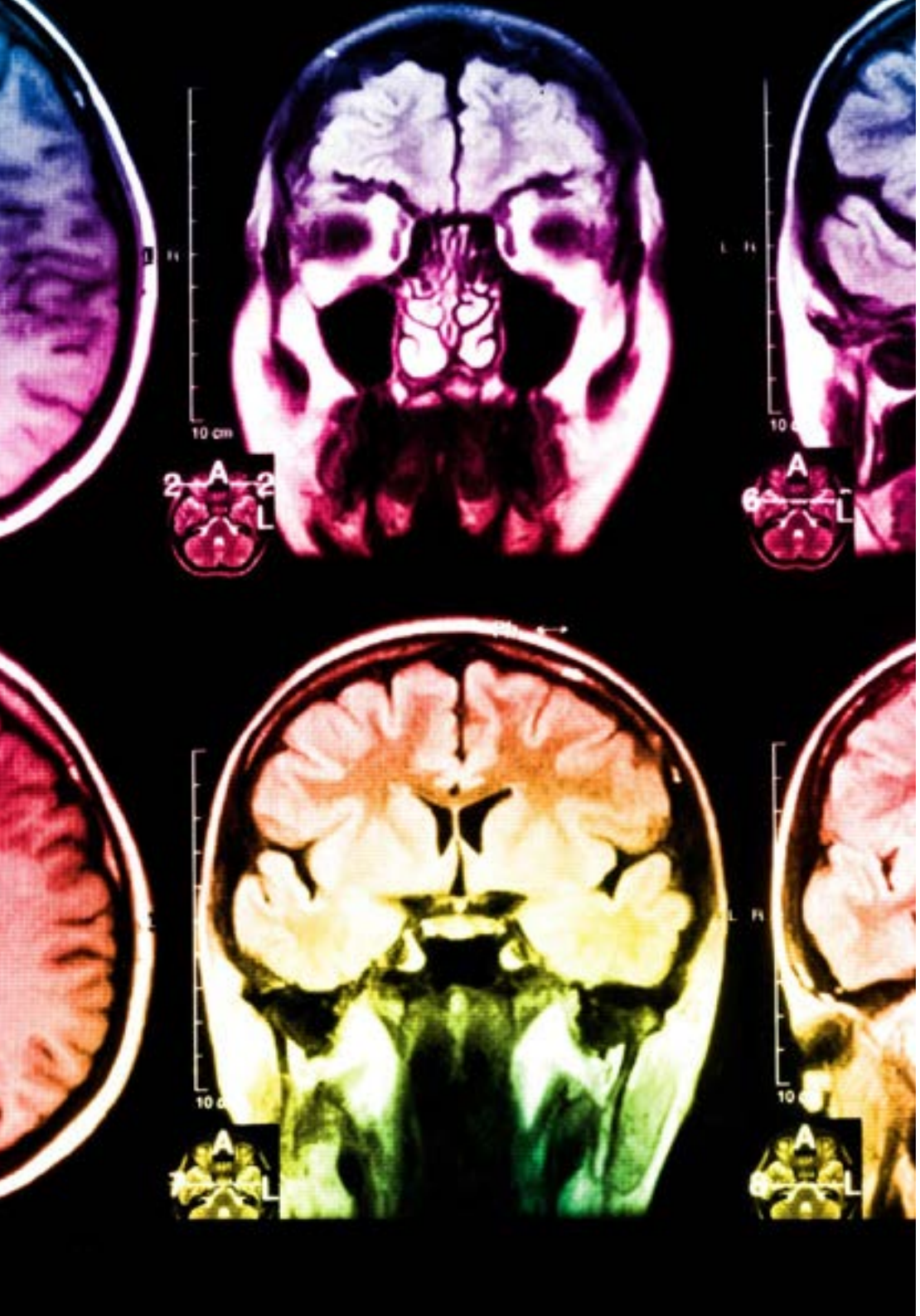
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.

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

Nuestra escuela de negocios 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 de la mejor universidad online en español.





En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.

Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:

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, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.

Clases magistrales

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

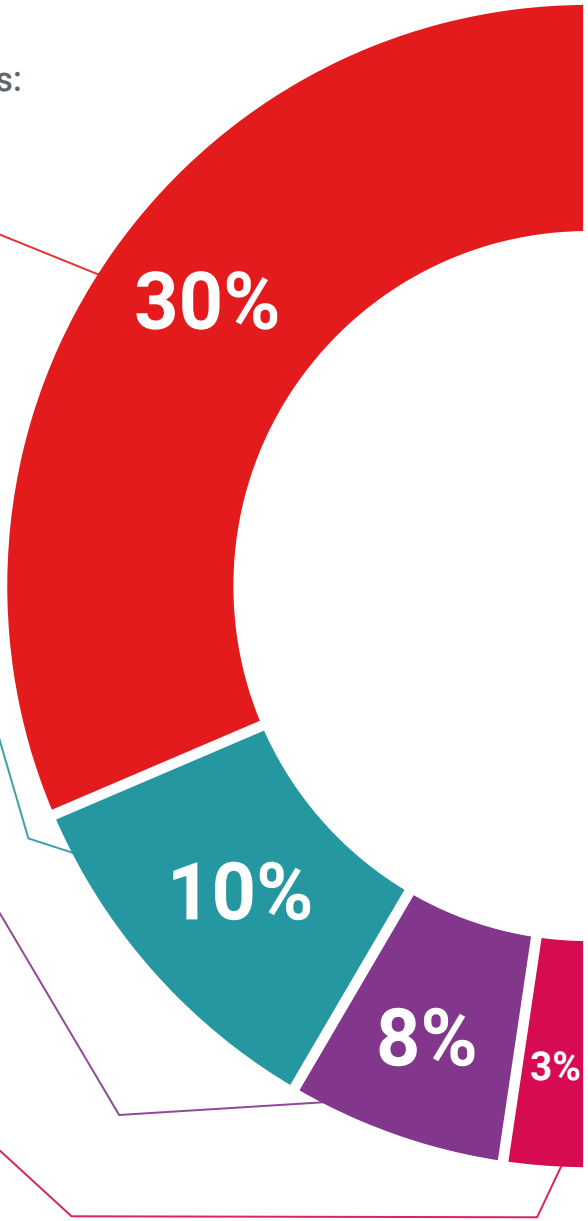
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

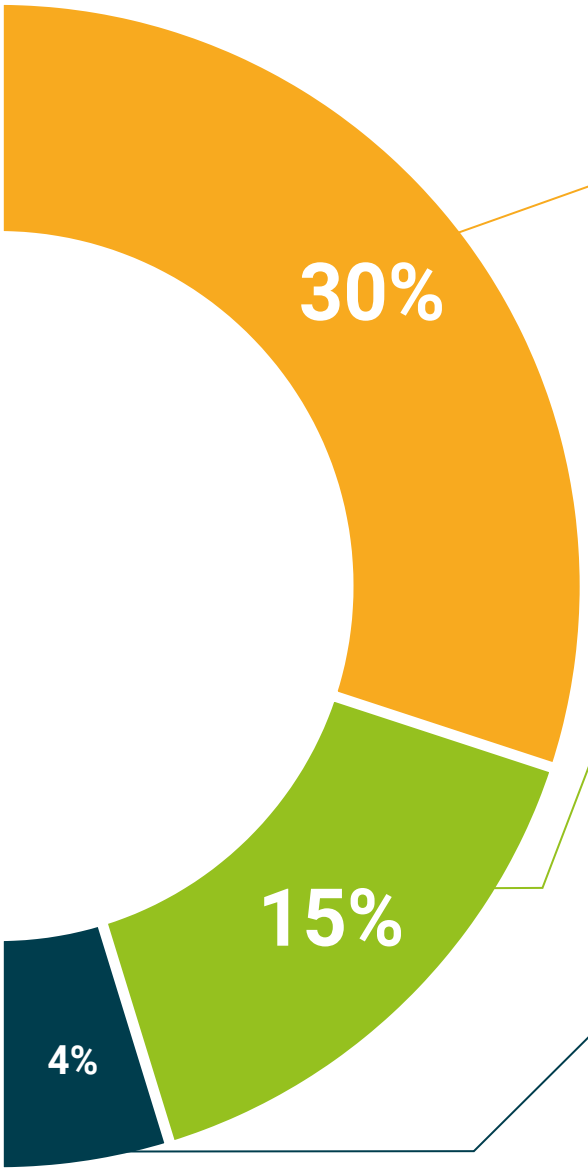
Prácticas de habilidades directivas

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

Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama internacional.

Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.

07

Perfil de nuestros alumnos

Los estudiantes que cursan esta titulación son, en su mayoría, profesionales con amplia experiencia que buscan una oportunidad de calidad para mejorar en su práctica diaria. Personas conscientes de la importancia de la actualización de los conocimientos para ser más eficientes en su faceta laboral y que entienden la necesidad de conocer el mercado para crear estrategias más eficaces para sus negocios. Y, además, son alumnos que apuestan por la docencia virtual como principal método de aprendizaje.



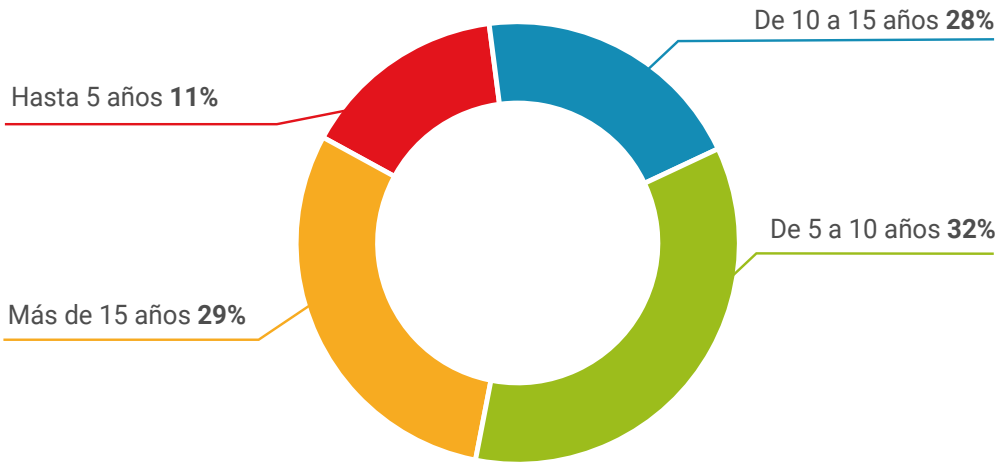


¿Quieres dar un impulso a tu empresa y no sabes cómo? Conoce las principales técnicas para el análisis de mercado y aplica las estrategias más adecuadas para tu negocio”

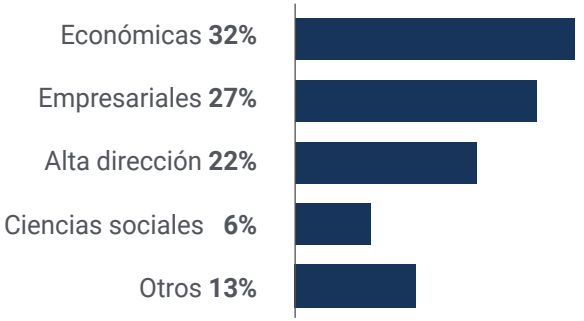
Edad media

Entre **35** y **45** años

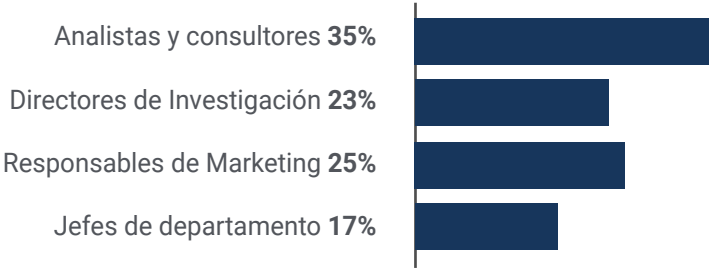
Años de experiencia



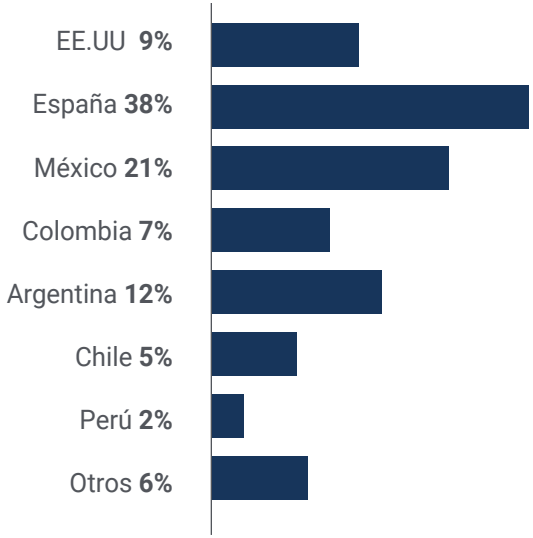
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica





Fátima Díaz

Directora de Investigación de Mercados en una multinacional

"Realizar investigaciones de Mercados es una de las principales tareas que realizo en mi trabajo. Han sido, son y serán la clave para el crecimiento de mi empresa, ya que, gracias a ellas, podemos aplicar las estrategias más adecuadas, según las necesidades de los clientes y la propia oferta de los competidores. Dada su importancia, quería actualizar mis conocimientos en este campo y, por suerte, encontré esta titulación de TECH con la que he podido aprender nuevos métodos de trabajo. Sin duda, una oportunidad de aprendizaje única para todos los profesionales del sector"

08

Dirección del curso

TECH cuenta con profesionales especializados en cada área del conocimiento, que vierten en nuestras capacitaciones la experiencia de su trabajo. Un equipo multidisciplinar y con reconocido prestigio que se ha unido para ofrecerte todo su conocimiento en esta materia.





Nuestro equipo docente experto en Introducción y Técnicas de Investigación de Mercados, te ayudará a lograr el éxito en tu profesión”

Dirección



D. López Rausell, Adolfo

- Director de Tech Business School
- Dirección Técnica en Proyectos y Estudios de Mercado en Investgroup
- Gerencia en Club de Innovación de la Comunidad Valenciana
- Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales de la Universitat De Valencia
- Diplomado en Marketing en ESEM Escuela de Negocio


Number of Employees by Year
Headcount
Accounting
Administration
Customer Support
Finance
Human Resources
IT
Marketing
R&D
Sales
Land rover (87)
Audi (12)
Mercedes (10)
Range rover (24)
Porsche (38)

09

Impacto para tu carrera

El objetivo de cualquier profesional de los negocios es ir mejorando cada día, aportando beneficios a su empresa, pero, sobre todo, adquiriendo ese nivel competencial que le permita acceder a puestos de mayor responsabilidad y mejor remunerados. Esta titulación supone esa oportunidad única para los alumnos con la que mejorar su cualificación y lograr dar ese impulso a sus carreras que tanto desean, gracias a su novedosa metodología didáctica, que facilita el aprendizaje.





Este programa generará una sensación de seguridad en tu práctica diaria que te ayudará a mejorar rápidamente"

Aplicar las técnicas de Investigación de Mercados te aportará una información que será fundamental para el crecimiento de tu empresa.

¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera

El Experto Universitario en Introducción y Técnicas de Investigación de Mercados de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que prepara a los alumnos para afrontar retos y decisiones empresariales, gracias al profundo conocimiento que pueden obtener del entorno, los clientes y los competidores. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional. Ayudarles a conseguir el éxito.

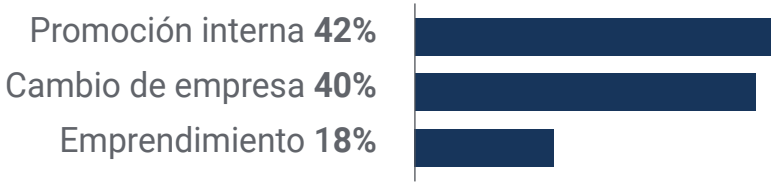
Un programa 100% online con el que mejorarán sus competencias en poco tiempo.

Da un giro radical a tu carrera gracias a este programa y especialízate para acceder a puestos de alta dirección.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25,22%**

Salario previo	Incremento salarial del	Salario posterior
57.900 €	**25,22 %**	**72.500 €**

10

Beneficios para tu empresa

El Experto Universitario en Introducción y Técnicas de Investigación de Mercados contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la capacitación de líderes de alto nivel. Para ello, ofrece un programa de gran calidad que aportará a los alumnos las claves para realizar ese tipo de análisis que favorecerán el crecimiento de sus compañías. Es, sin duda, una oportunidad única tanto para los profesionales como para las empresas en las que trabajen.





Al estudiar este programa estarás capacitado para aportar a tu compañía nuevas estrategias empresariales”

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo.

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El directivo aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el directivo y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

El directivo será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la organización entrará en contacto con los principales Mercados de la economía mundial.



05

Desarrollo de proyectos propios

El directivo puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos.

06

Aumento de la competitividad

Este programa dotará a sus directivos de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

11

Titulación

El Experto Universitario en Introducción y Técnicas de Investigación de Mercados garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un Título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.





Supera con éxito esta capacitación y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Experto Universitario en Introducción y Técnicas de Investigación de Mercados** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

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

Título: **Experto Universitario en Introducción y Técnicas de Investigación de Mercados**

N.º Horas Oficiales: **450 h.**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

EXPERTO UNIVERSITARIO

en

Introducción y Técnicas de Investigación de Mercados

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 450 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Introducción y Técnicas de Investigación de Mercados

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **450 h.**

Experto Universitario

Introducción y Técnicas de Investigación de Mercados



tech universidad tecnológica