



Investigación de Mercados II

Curso-Taller

Mejora tu uso del marketing

Inicio: 3 de marzo
Duración: 20 horas



Curso - Taller de Investigación de Mercados II

Casos prácticos de Investigación de Mercados

Curso Taller de Investigación de Mercados II
Casos prácticos de Investigación de Mercados
Viernes de 16:00 a 20:00 horas

Periodo: Del 3 al 31 de marzo de 2017, en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Duración: El curso tiene una duración de 20 horas de trabajo.

Coordinador Académico: Luis Rene Espinosa

Objetivo general: Desarrollar las habilidades para analizar información estadística, poder sacar conclusiones de la información y dar recomendaciones accionables a través de la información obtenida de la investigación de mercados.





Curso - Taller de Investigación de Mercados II

Casos prácticos de Investigación de Mercados

Temario

Caso 1. Prueba de producto

Caso 2. Pre Test Publicitario

Caso 3. Imagen y posicionamiento de marca

A.- Plan de análisis.

B.- Obtención y revisión de tabulares (SPSS)

C.- Estructura de la Presentación (diseño de templates)

D.- Análisis Gráfico de resultados (Power point)

E.- Conclusiones y recomendaciones.

Para este curso es necesario el uso del computador.





Curso - Taller de Investigación de Mercados II

Casos prácticos de Investigación de Mercados

Luis René Espinosa Hernández

Investigador y Consultor experimentado con más de 20 años en Investigación de Mercados, ha participado en proyectos de toda índole y en diferentes categorías (autos, finanzas, consumo, opinión pública, política, entre otros), ha colaborado en diversas compañías dedicadas en la investigación de mercados entre la que destacan Gallup México, TNS, Research International, De la Riva Group, Kite Lab, Evamerc.

Actualmente trabaja en un proyecto personal llamado Líquido, cuyo objetivo es que toda la información sea digerible y permeable a todos los niveles dentro de una institución.

