



TALLER DE ELABORACIÓN DE ESTUDIOS DE MERCADEO

Programa

1. Qué es y para qué sirve un estudio de mercado
 - 1.1. Introducción al estudio de mercado
 - 1.2. Fases
2. Definición de problema a analizar
 - 2.1. Análisis interno
 - 2.1.1. Análisis de los recursos propios
 - 2.1.2. Análisis de costes
 - 2.1.3. Marketing Mix
 - 2.2. Análisis externo
 - 2.2.1. Macroentorno
 - 2.2.2. Microentorno
 - 2.3. Fuentes de información y uso de las principales herramientas
 - 2.3.1. Internet
 - 2.3.2. Ferias sectoriales
 - 2.3.3. Revistas especializadas
 - 2.3.4. Información existente en la empresa
 - 2.3.5. Otras fuentes de información



2.4. Técnicas de elaboración cuantitativas

2.4.1. Paneles

2.4.2. Encuestas

2.4.2.1. Encuestas online

2.5. Técnicas de elaboración cualitativas

2.5.1. Observación directa

2.5.2. Entrevista en profundidad

2.5.3. Reuniones en grupo

2.6. Uso de hoja de cálculo para análisis estadístico y parametrización de información

2.6.1. ¿Qué es una hoja de cálculo?

2.6.2. Principales hojas de cálculo

2.6.3. Ventajas

2.6.4. Introducción a Excel

2.7. Conclusión