



Programa Experto en: Investigación de Mercados y Manejo de SPSS

La investigación de mercados es un proceso fundamental en todo tipo de decisión empresarial, desde el desarrollo de un nuevo producto hasta la planificación de estrategias competitivas de mercado. Es fundamental para este proceso el manejo de herramientas de apoyo en el análisis multivariable de nuestros resultados, por eso se desarrolla un enfoque práctico del manejo del SPSS para poder tener los elementos claves desarrollados en una investigación.

DIRIGIDO A

- Gerentes de marketing y profesionales que quieren mejorar sus habilidades de evaluación de mercado, con un enfoque real y práctico.
- Profesionales que quieren complementar sus habilidades del proceso de toma de decisiones eficiente.

OBJETIVO

Brindar al participante los conceptos teórico-prácticos, los pasos y las herramientas necesarias para dirigir, evaluar y desarrollar una investigación de mercados utilizando herramientas de análisis multivariable, dentro de la empresa, con el objetivo de lograr mejores resultados y optimizar los procesos de tomas de decisiones en las empresas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al término del programa los participantes estarán en condiciones de:

- Descubrir las herramientas básicas de investigación de mercados.
- Definir los conceptos básicos de la investigación de mercados.
- Diferenciar los procedimientos de investigación de mercados.
- Comprender los elementos que componen la investigación de mercados.
- Saber manejar conceptos y herramientas de análisis univariado y multivariado.
- Lograr definir los elementos básicos de las necesidades de información.
- Desarrollar estrategias de obtención de información.
- Realizar análisis univariado, bivariado y multivariado con las herramientas del SPSS.
- Manejo adecuado y completo del SPSS.

PLAN DE ESTUDIOS

- **Introducción a la investigación de mercados**
 - ¿Por qué la necesidad de una investigación de mercados?
 - Introducción a la investigación de mercados.
 - Papel de la investigación de mercados.
 - Usos de la investigación de mercados.
 - Elementos a tomar en cuenta.
- **Desarrollo de herramientas cualitativas y manejo de tests**
 - Descripción general de las alternativas.
 - Definición y desarrollo de pseudocompra.
 - Desarrollar de entrevistas a profundidad.
 - Desarrollar la motivación en el manejo de

focus group.

- Aplicación de tests proyectivos.

- **Taller de gestión de datos basados en el SPSS**

- Enfoque en la aplicación de las herramientas del SPSS.
- Evaluación del desarrollo del sistema.
- Apoyo estadístico de los datos.
- Integración del manejo de datos y la interpretación probabilística.

- **Análisis multivariable y construcción de mapas perceptuales**

- Análisis univariado y multivariado de los resultados.
- Planteamiento estadístico de análisis.
- Interpretación y construcción de modelos multivariados.
- Regresión y proyección de la información.

METODOLOGÍA

El programa bajo la modalidad presencial tiene un enfoque práctico y moderno, relacionado con la realidad boliviana. Se aplicará una metodología participativa, mediante presentaciones dialogadas, resolución de ejercicios, estudio de casos, role plays y simulaciones. Todos los módulos comprenden un importante componente práctico, en forma de ejercicios y trabajos grupales.

PLANTEL DOCENTE

El plantel docente está conformado por profesionales de reconocido prestigio en su área, los mismos son seleccionados y evaluados, bajo estrictos procedimientos que toman en cuenta metodología didáctica, facilitación del aprendizaje, transmisión de valores y experiencia laboral en la aplicación de tema.

CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA

Duración: Dos meses.

100 horas (80 horas académicas presenciales y 20 horas prácticas).

Titulación: Al cumplir con los requisitos académicos de aprobación de los módulos el(la) participante obtendrá el certificado de "Investigación de Mercados y Manejo de SPSS".

Solicite al contacto regional información actualizada, referida a precio, descuentos, formas de pago, planes de pago, requisitos, proceso de inscripción, resumen de la experiencia del plantel docente, horarios y cronograma de ejecución tentativo.



Patrocinada por:



Reservas: www.upb.edu/registro

LA PAZ

Luz Vivian Machicado
217 0000 int 329
712 27001
ceu@lp.upb.edu
Av. Hernando Siles
esq. Calle 5, Obrajes

COCHABAMBA

Alvaro Peña
445 0952 - 429 1495
727 10001
apena@upb.edu
Av. Uyuni
Esq. América (este)

SANTA CRUZ

Alexzey Taboada
3415151 int 706
778 79700
ceusantacruz@upb.edu
Av. Los Cusis 2090
entre Alemana y Beni

ORURO

Silvia Chanez de Zuna
528 3575
786 09596
upboruro@upb.edu
San Felipe y Potosí
N° 6600

TARIJA

718 62020 - 665 8141
ceutarija@upb.edu
Ramón Rojas# 199
Edif. PROVENTUS

SUCRE

Dynka Rojas Serrano
6445752 - 73445282
ceusucre@upb.edu
Calle Destacamento
317 N° 139