



# Experto Virtual en: **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS APLICADO CON 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.

## **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 tendrán los enfoques, habilidades y herramientas para:

- 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.

## 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.

## REQUISITOS TÉCNICOS

Todos los participantes deberán contar con:

- Una laptop con procesador i3 o superior.
- Memoria RAM de 4GB o más.
- Acceso a internet.
- Auriculares.

## CONTENIDO

### 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 test

- Definición y desarrollo de pseudocompra.
- Desarrollar de entrevistas a profundidad.
- Desarrollar la motivación en el manejo de focus group.
- Aplicación de tests proyectivos.

### Gestión de datos basados en 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.

### 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

Se aplicará una metodología de transferencia de conocimientos participativa virtual con las siguientes características:

### Clases en sala de videoconferencias.

- Contamos con una sala de videoconferencias, donde se realizarán las clases en vivo y podrá interactuar con el eTutor.
- La aplicación para participar en la sala de videoconferencias es amigable y sencilla de manejar.
- A través del sistema de videoconferencia y con su autorización podremos ingresar de forma remota a su computadora y explicarle como si estuviésemos físicamente presentes junto a Ud.
- Todas las sesiones de videoconferencias serán grabadas, para que pueda repetir las veces que sean necesarias o también cuando no pueda asistir.

### Plataforma virtual para el aprendizaje.

- El curso tiene un aula virtual debidamente confeccionado, para que pueda participar de acuerdo a la disponibilidad de su tiempo, donde encontrará: foros de trabajo colaborativo, foros de discusión temática, foros de pregunta y respuesta, salas de chats, recurso interactivos donde podrá subir y bajar material digital, wikipedia, mensajería interna, videos y otros servicios orientados a lograr un aprendizaje efectivo.

## CARACTERÍSTICAS DEL CURSO

**Duración:** 100 horas académicas.

**Titulación:** Al cumplir con los requisitos académicos de aprobación de los módulos el (la) participante obtendrá el certificado de "Experto en Investigación de Mercados Aplicado con SPSS".

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



Management System  
ISO 9001:2015  
www.tqm.com  
00 91082212

Patrocinada por:



FEDERACIÓN DE UNIVERSIDADES FORMADORAS  
PRIVADAS DE COCHABAMBA



CEPB  
Certificado de Especialista  
Práctico en Línea

Reservas: [www.upb.edu/registro](http://www.upb.edu/registro)

Informaciones e Inscripciones: ☎ 77075608

CONTACTO NACIONAL: ☎ 60370200 • ✉ [capacitacionempresarial@upb.edu](mailto:capacitacionempresarial@upb.edu) • UPB Capacitación Empresarial • [www.upb.edu/ceu](http://www.upb.edu/ceu)