

Análisis de datos y representación de planos



Área: EDIFICACIÓN Y OBRA CIVIL

Modalidad: Teleformación

Duración: 90 h

Precio: 45.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

OBJETIVOS

- Adquirir una visión general del concepto de análisis de mercado.

####

- Aprender las herramientas necesarias para conocer las técnicas de investigación y medición de la demanda.

####

- Adquirir la capacidad necesaria para poder identificar los elementos que influyen en los mercados de consumo y en las decisiones de los consumidores.

CONTENIDOS

TEMA 1. SISTEMAS DE MARKETING, DEMANDA DEL CONSUMIDOR Y ANÁLISIS DE MERCADO

- 1.1. EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MARKETING
- 1.2. TÉCNICAS DE MEDICIÓN DE LA DEMANDA DEL MERCADO
- 1.3. ANÁLISIS DEL ENTORNO DE MARKETING
- 1.4. ELEMENTOS DE INFLUENCIA EN EL CONSUMIDOR

TEMA 2. ANÁLISIS DE LOS MERCADOS EMPRESARIALES Y COMPORTAMIENTO DEL COMPRADOR

- 2.1. LOS MERCADOS DE CONSUMO Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
- 2.2. EL PROCESO DE COMPRAS Y ADQUISICIONES
- 2.3. MERCADOS INSTITUCIONALES GUBERNAMENTALES

TEMA 3. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO Y SELECCIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

- 3.1. INTRODUCCIÓN
- 3.2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO
- 3.3. EL PÚBLICO OBJETIVO
- 3.4. CONCLUSIONES

TEMA 4. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- 4.1. INTRODUCCIÓN
- 4.2. LA INVESTIGACIÓN DE DESPACHO O GABINETE
- 4.3. EL TRABAJO DE CAMPO

TEMA 5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

- 5.1. GENERALIDADES DE LOS MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA
- 5.2. TÉCNICAS DE PREGUNTAS EN LAS INVESTIGACIONES

5.3. LOS DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA Y LOS MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN POR ENCUESTAS

5.4. TÉCNICAS DE OBSERVACIÓN

5.5. LA EXPERIMENTACIÓN Y EL MARKETING DE PRUEBA

TEMA 6. ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS DATOS

6.1. EL PROCESO DE ANÁLISIS DE LOS DATOS

6.2. EL ARTE DE PRESENTAR LOS DATOS

6.3. LA REDACCIÓN DE UN INFORME SOBRE UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

6.4. LA AGENCIA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.