Entorno e información de mercados

Área: COMERCIO Y MARKETING
Modalidad: Teleformación
Duración: 60 h
Precio: 30.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CÓDIGO

UF1779

CONTENIDOS

1. El Sistema de Información de Mercados (SIM).

####

1.1 Definición y funciones del SIM.

####

1.2 Componentes del SIM.

####

1.2.1 El subsistema de datos internos.

####

1.2.2 El subsistema de inteligencia de marketing.

####

1.2.3 El subsistema de investigación de marketing.

####

1.2.4 El subsistema de apoyo a las decisiones de marketing.

####

1.3 Diferencias entre el SIM y la investigación comercial.

####

2. Análisis del macroentorno del marketing.

####

2.1 El entorno macroeconómico.

####

2.1.1 Principales indicadores económicos.

####

2.1.2 Bloques de integración económica.

####

2.1.3 Organismos e instituciones nacionales e internacionales.

####

2.1.4 Fuentes de información económica nacional e internacional.

####

2.1.5 La Balanza de Pagos.

####

2.2 El entorno demográfico.

####

2.2.1 Principales indicadores demográficos.

####

2.2.2 Variables que influyen en el entorno demográfico.

####

2.3 El entorno cultural.

####

2.3.1 Instituciones sociales.

####

2.3.2 Comunicación y lenguaje.

####

2.3.3 La estética de los productos.

####

2.3.4 La religión.

####

2.3.5 Ética y moral.

####

2.3.6 La marca país.

####

2.4 El entorno político.

####

2.5 El entorno legal.

####

2.5.1 Los contratos internacionales y los sistemas legales

####

2.5.2 Barreras arancelarias.

####

2.5.3 Barreras no arancelarias.

####

2.5.4 Los derechos de propiedad industrial e intelectual.

####

2.6 El entorno tecnológico.

####

2.7 El entorno medioambiental

####

3. Análisis del microentorno del marketing.

####

3.1 El mercado.

####

3.1.1 Definición y dimensiones del mercado.

####

3.1.2 Clasificación de los mercados.

####

3.1.3 Segmentación de mercados: concepto y técnicas.

####

3.1.4 Posicionamiento de productos/marcas en el mercado.

####

3.2 Componentes del microentorno.

####

3.2.1 Los clientes.

####

3.2.2 La competencia.

####

3.2.3 Los sistemas de distribución.

####

3.2.4 Los proveedores.

####

3.2.5 Las instituciones comerciales.

####

3.2.6 La normativa sectorial.

####

4. Selección de las fuentes de información de mercados.

####

4.1 Tipología de la información de mercados.

####

4.1.1 Información interna y externa.

####

4.1.2 Información cualitativa y cuantitativa.

####

4.1.3 Información primaria y secundaria.

####

4.2 Descripción y características de los principales sistemas de obtención de información primaria cualitativa.

####

4.2.1 Entrevista en profundidad.

####

4.2.2 Dinámicas de grupo.

####

4.2.3 Técnicas de creatividad.

####

4.2.4 Observación.

####

4.3 Descripción y características de los principales sistemas de obtención de información primaria cuantitativa:

####

4.3.1 La encuesta.

####

4.3.2 El panel.

####

4.4 Fuentes de información secundaria sobre mercados nacionales e internacionales.

####

4.4.1 Bases de datos especializadas sobre mercados nacionales e internacionales.

####

4.4.2 Fuentes públicas de información secundaria externa.

####

4.4.3 Investigación de gabinete (desk research).

####

4.5 Procedimientos para cumplir los criterios en la selección de las fuentes y datos de información:

####

4.5.1 Procedimientos para garantizar la fiabilidad, exactitud y economía de las fuentes y datos utilizados por el SIM.

####

4.5.2 Cálculo de costes y tiempos en las acciones de recogida de información primaria y secundaria

####

5. Gestión y archivo de la información de mercados.

####

5.1 Aplicaciones informáticas para la gestión y archivo de la información de mercados.

####

5.1.1 Procesadores de texto.

####

5.1.2 Hojas de cálculo.

####

5.2 Bases de datos.

####

5.2.1 Función y estructura de las bases de datos.

####

5.2.2 Pautas para la diseño de nuevas bases de datos.

####

5.2.3 Manejo de herramientas de búsqueda, consulta y generación de informes en las bases de datos.

####

5.2.4 El mantenimiento de las bases de datos

####

5.3 Utilización de soportes informáticos para el almacenamiento de datos.

####

5.3.1 Tipos de soportes informáticos para el almacenamiento de datos: ventajas y desventajas.

####

5.3.2 Establecimiento de sistemas y procedimientos para la realización de copias de seguridad y actualización de la información en soportes informáticos.

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 el **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.