

CALENDARIO

Comportamiento del consumidor, Investigación de mercados y Marketing

BLOQUES	MÓDULOS	MATERIAS*	HORAS	TOTAL HORAS	MODALIDAD
1.-EL MERCADO	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	Introducción: La Investigación de mercados en el marketing	4,5	67,5	PRESENCIAL
		Conocimiento del consumidor	22,5		
		Neuromarketing aplicado a la conducta del consumidor	13,5		
		Proceso de toma de decisiones	13,5		
		Economía del comportamiento -Behavioral economics	13,5		
	SEGMENTACIÓN Y MODELIZACIÓN DE CLIENTES	Técnicas de segmentación	13,5	22,5	PRESENCIAL
		Modelización de clientes	9		
	EXPERIENCIA DE CLIENTE	Customer Journey	9	27	ONLINE
		El diseño de Experiencias	9		
Fidelización y satisfacción del cliente		9			
2.- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	PROCESO DE INVESTIGACIÓN	Concepto de Investigación de Mercados	9	108	PRESENCIAL
		Exploración y definición del reto	9		
		Planificación	13,5		
		Trabajo de campo	9		
	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA	Entrevistas en profundidad, focus groups, etnografía y observación contextual	22,5		
	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA	Encuesta, Panel, programas de Voz del Cliente	22,5		
	ANÁLISIS DE DATOS Y PROCESADO DE RESULTADOS	Análisis estadístico y presentación de resultados	22,5		
3.- COMPORTAMIENTO DIGITAL	USER EXPERIENCE - UX	Análisis de experiencia de usuarios	13,5	31,5	ONLINE
		Test A/B	9		
		Mobile research	9		
	REDES SOCIALES Y SOCIAL LISTENING	Análisis de opinión en redes	13,5	22,5	PRESENCIAL
		Perfiles de los usuarios de redes -Social Profiling	9		
4.-INVESTIGACIÓN COMPETITIVA	VIGILANCIA COMPETITIVA	Trendhunting	4,5	18	ONLINE
Análisis de la competencia		13,5			
5.-OPORTUNIDADES DE MERCADO	DISEÑO DE NEGOCIOS	Detección de oportunidades	4,5	45	PRESENCIAL
		De la idea al modelo de negocio	9		
	METODOLOGÍA LEAN STARTUP	Design Thinking	4,5		
		Descubrimiento de clientes	9		
		Validación del cliente	9		
		Creación del cliente	9		
6.-COMUNICACIÓN Y MARCA	EFICACIA Y TRACKING DE MARCA	Eficacia publicitaria en medios online y offline	9	18	ONLINE
		Estudios de imagen y posicionamiento de marca	4,5		
		Tracking de marca y publicidad	4,5		
7. DATA 4.0	CRM y ANALYTICS	CRM	18	49,5	ONLINE
		Business Intelligence, Big data y KPIs	31,5		PRESENCIAL
8.- EMPLEABILIDAD	EMPLEABILIDAD		22,5	62,5	PRESENCIAL
	TUTORÍAS EMPLEABILIDAD		40		ONLINE
9.- PROYECTO	TUTORÍAS PROYECTO		20	24,5	PRESENCIAL
	PRESENTACIÓN PROYECTOS		4,5		

Objetivos

Que el alumnado conozca de manera detallada en qué consiste la investigación de mercados online y offline en el marketing, así como todas las herramientas y técnicas disponibles, cómo aplicarlas y analizar sus resultados en un contexto empresarial

Dirigido a

Jóvenes en situación de desempleo que preferentemente tengan conocimientos de marketing e inquietud por mejorar sus competencias profesionales. Que se encuentren en búsqueda activa de empleo y estén inscritos en el Sistema de Garantía Juvenil.

Horarios y fechas

Del 9 de enero de 2023 al 12 de mayo de 2023
De lunes a viernes en horario de 9:30 h a 14 h
436,5 HORAS LECTIVAS + 6 HORAS DE TUTORÍA

Metodología

En formato presencial y online, la metodología EOI combina sesiones formativas, dinámicas grupales y tutorías individuales, con el fin de que los alumnos y alumnas se familiaricen con las herramientas de análisis y metodologías proporcionadas en el curso.

Precio

GRATUITO

Modalidad

MIXTA

Idioma

CASTELLANO

Lugar

SALAMANCA



CONTENIDO

Comportamiento del consumidor, Investigación de mercados y Marketing

Módulo 1: El Mercado

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

- Introducción: La Investigación de mercados en el marketing
- Conocimiento del consumidor
- Neuromarketing aplicado a la conducta del consumidor
- Proceso de toma de decisiones
- Economía del comportamiento -Behavioral economics

SEGMENTACIÓN Y MODELIZACIÓN DE CLIENTES

- Técnicas de segmentación
- Modelización de clientes

EXPERIENCIA DE CLIENTE

- Customer Journey
- El diseño de Experiencias
- Fidelización y satisfacción del cliente

Módulo 2: Investigación de Mercados

PROCESO DE INVESTIGACIÓN

- Concepto de Investigación de Mercados
- Exploración y definición del reto
- Planificación
- Trabajo de campo

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

- Entrevistas en profundidad, focus groups, etnografía y observación contextual

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

- Encuesta, Panel, programas de Voz del Cliente

ANÁLISIS DE DATOS Y PROCESADO DE RESULTADOS

- Análisis estadístico y presentación de resultados

Módulo 3: Comportamiento digital

USER EXPERIENCE - UX

- Análisis de experiencia de usuarios
- Test A/B
- Mobile research

REDES SOCIALES Y SOCIAL LISTENING

- Análisis de opinión en redes
- Perfiles de los usuarios de redes -Social Profiling

Módulo 4: Investigación competitiva

VIGILANCIA COMPETITIVA5.-OPORTUNIDADES DE MERCADO

- Trendhunting
- Análisis de la competencia

CONTENIDO

Comportamiento del consumidor, Investigación de mercados y Marketing

Módulo 5: Oportunidades de mercado

DISEÑO DE NEGOCIOS

- Detección de oportunidades
- De la idea al modelo de negocio

METODOLOGÍA LEAN STARTUP

- Design Thinking
- Descubrimiento de clientes
- Validación del cliente
- Creación del cliente

Módulo 6: Comunicación y Marca

EFICACIA Y TRACKING DE MARCA

- Eficacia publicitaria en medios online y offline
- Estudios de imagen y posicionamiento de marca
- Tracking de marca y publicidad

Módulo 7: Data 4.0

CRM y ANALYTICS

- CRM
- Business Inteligencia, Big data y KPIs

Módulo 8: Empleabilidad

EMPLEABILIDAD

TUTORÍAS EMPLEABILIDAD

Módulo 9: Proyecto