

NOMBRE DEL CURSO	GEOMARKETING
DESCRIPCIÓN DEL CURSO	<p>La disciplina del marketing ha ido incorporando nuevos conceptos y herramientas, como la geografía, con el objetivo de proporcionar a los gestores y analistas un mayor conocimiento y control del entorno.</p> <p>La geografía introduce en el marketing la dimensión geoespacial a través de instrumentos cartográficos y herramientas de estadística espacial para responder a preguntas como “¿quién compra dónde?” o “¿cuánto vende dónde?”</p>
OBJETIVOS	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Introducción a las técnicas de análisis geoespacial, como medio para el conocimiento del mercado y la toma de decisiones. <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocer los principales recursos y datos de información territorial existentes en Internet. ▪ Aplicar de técnicas básicas de análisis gráfico y geoestadístico. ▪ Utilizar software especializado en técnicas geoespaciales de libre disposición en Internet: GeoDa.
CONTENIDOS	<p>CONTENIDO GENERAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Introducción al Geomarketing ▪ Geodatos y GIS ▪ Segmentación de mercados geoespaciales ▪ Análisis de la proximidad y accesibilidad de oferta y demanda ▪ Segmentación de mercados en contextos de geo Big-Data ▪ Predicción geoespacial por interpolación ▪ Aplicaciones con el software “GeoDa”