

NOMBRE DEL CURSO	INTELIGENCIA DE MERCADO
DESCRIPCIÓN DEL CURSO	La asignatura pretende que el estudiante sea capaz de identificar las principales actividades de investigación de marketing a las que se debe enfrentar en su proceso de constante retroalimentación con el mercado. Se pretende potenciar el uso de herramientas para diagnosticar problemas y situaciones de marketing analíticamente. Por medio de una metodología de aplicación conceptual a casos reales se relevarán las distintas herramientas de gestión del marketing.
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comprender el rol que cumple la investigación de mercados, así como los sistemas de información en la toma de decisiones en marketing. ▪ Analizar las distintas alternativas existentes para diseñar una propuesta de investigación de marketing que ayude a tomar mejores decisiones en el área de marketing.
CONTENIDOS	<p>CONTENIDO GENERAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Introducción a la Investigación de Mercados ▪ Definición del Problema en la Investigación de Mercados ▪ Diseño de la investigación ▪ Diseño de cuestionarios y formatos ▪ Tipos de muestreo