



UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

TEMARIO

- Introducción a la investigación de mercados Características. Utilidades. Usos. Inteligencia Comercial. Proveedores de investigación.
- Diseño de la investigación Brief y propuesta de investigación. Diseños de investigación. Problema comercial y problema de investigación. Perfil de la muestra.
- Relevamientos exploratorios Uso de datos secundarios. Observación.
- Investigación Cualitativa Técnica de informante clave. Focus Group. Testeos de marketing.
- Investigación Cuantitativa Encuesta. Métodos. Formularios. Distribución.
- Investigación Cuantitativa Procesamiento de datos. Relación entre variables.
- Análisis e Informe Análisis de información, elaboración de informes y toma de decisiones.
- Taller de aplicación y exposición de proyectos.

Cronograma de Clases

Clase 1	Introducción a la investigación de mercados
Clase 2	Diseño de la investigación
Clase 3	Relevamientos exploratorios
Clase 4	Investigación cualitativa
Clase 5	Investigación Cuantitativa
Clase 6	Procesamiento de datos
Clase 7	Análisis e Informes de investigación
Clase 8	Taller y exposición de proyectos.