

Capacitación Práctica

Dirección de Investigación y Técnicas de Mercados



tech



tech

Capacitación Práctica
Dirección de Investigación
y Técnicas de Mercados

Índice

01

Introducción

pág. 4

02

¿Por qué cursar esta
Capacitación Práctica?

pág. 6

03

Objetivos

pág. 8

04

Planificación
de la enseñanza

pág. 10

05

¿Dónde puedo hacer la
Capacitación Práctica?

pág. 12

06

Condiciones generales

pág. 16

07

Titulación

pág. 18

01 Introducción

El éxito empresarial reside, en la mayoría de ocasiones, en el conocimiento exhaustivo del mercado en el cual se va a llevar a cabo la actividad de la entidad. Saber las características del público al que se dirige y del contexto pueden marcar la diferencia entre un proyecto con grandes resultados y otro que no logra alcanzar ni sus objetivos más bajos. Por ese motivo, el perfil directivo del profesional que domine la investigación y las técnicas de reconocimiento de mercados se ha convertido en uno de los más demandados por entidades de todo tipo, razón por la que TECH ha considerado necesario ofertar este programa eminentemente práctico con el cual el egresado pueda perfeccionar sus habilidades en un entorno real y adquirir las competencias de liderazgo propias de un experto en el sector.



Desarrolla todo tu potencial durante 3 semanas en un entorno empresarial junto a grandes expertos de la Investigación de Mercados”





Una disciplina tan importante para el éxito de la empresa debe ser estudiada cada día para verificar nuevas oportunidades y aristas, que contribuyan con el logro de objetivos. La investigación de mercados permite definir los caminos por los cuales andar en la senda de los negocios sin pérdidas de tiempo o recursos. Ser precisos y efectivos es posible gracias a la aplicación de métodos científicos y medibles que determinan resultados exactos para tomar decisiones ante nuevos proyectos o reconfiguración de los mismos.

TECH siempre a la vanguardia de la educación superior, ha diseñado este innovador espacio de aprendizaje donde el alumno podrá evaluar las ventajas de desarrollar su carrera como director de Investigación y Técnica de Mercados, un perfil altamente solicitado en el mercado laboral actual.

Se trata de una experiencia desarrollada a lo largo de 3 semanas en las que el estudiante pasará a formar parte de una empresa de gran prestigio en el panorama internacional. Gracias a ello, podrá trabajar codo con codo con profesionales de la industria, así como participar activamente en los diferentes proyectos que se estén desarrollando durante ese periodo. De esta manera, no solo logrará implementar a su praxis las técnicas más vanguardistas y efectivas, sino que podrá demostrar sus habilidades a través de la superación de 150 horas de prácticas profesionales.

02

¿Por qué cursar esta Capacitación Práctica?

La investigación de mercado es relevante antes y durante el desarrollo de un proyecto empresarial, puesto que el conocer quiénes son sus consumidores en profundidad, sus comportamientos y hábitos de uso, nuevas tendencias y necesidades, podrá desarrollar productos que satisfagan todos los deseos de sus consumidores. Este producto diseñado por TECH precisamente satisface la necesidad de todo profesional que desea expandir su profesión en el área de la investigación y aplicación de técnicas de mercado. Por eso, contiene un plan de estudios 100% práctico para que desarrolle diferentes actividades en un entorno empresarial moderno, de manera directa. Durante 3 intensivas semanas, se integrará en un equipo de trabajo multidisciplinar, en un entorno empresarial internacional o nacional, donde obtendrá nuevos dominios de herramientas avanzadas y formas de superación profesional.



Este programa único con contenido práctico te permitirá aplicar técnicas de investigación de mercados en un entorno organizacional moderno, así como diseñar propuestas de acuerdo a la experiencia planteada”

1. Actualizarse a partir de la última tecnología disponible

Con la llegada del Internet se abrió la posibilidad de recolectar y analizar datos masivamente, lo que dio mayor complejidad a los estudios de mercado. Pero a su vez, se convirtió en una oportunidad de establecer directrices más precisas, gracias a los sistemas avanzados que surgieron. Por eso, con esta Capacitación Práctica el alumno evidenciará esta realidad y será capaz de dominar cada tarea con eficacia para así aplicarlo en su entorno de trabajo de manera eficiente.

2. Profundizar a partir de la experiencia de los mejores especialistas

El amplio equipo de profesionales que acompañará al especialista a lo largo de todo el periodo práctico supone un aval de primera y una garantía de actualización sin precedentes. Con un tutor designado específicamente, el alumno podrá ver pacientes reales en un entorno de vanguardia, lo que le permitirá incorporar en su práctica diaria los procedimientos y técnicas de investigación de mercado más eficaces y vanguardistas.

3. Adentrarse en entornos empresariales de primera

TECH selecciona minuciosamente todos los centros disponibles para las Capacitaciones Prácticas. Gracias a ello, el especialista tendrá garantizado el acceso a un entorno moderno de trabajo en cuanto a investigación de mercado se refiere. Expertos en el área, compartirán esta experiencia y serán parte esencial de los aprendizajes que obtendrá.



4. Llevar lo adquirido a la práctica diaria desde el primer momento

Este programa ha sido creado con la finalidad de que el alumno pueda aplicar sus conocimientos desde el primer momento para que aproveche al máximo las 3 semanas de Capacitación Práctica. Por eso, se han diseñado un conjunto de actividades propias de la función de su rol para que dirija acciones a la mejora de su perfil profesional, gracias al acompañamiento de un tutor asignado.

5. Expandir las fronteras del conocimiento

TECH ofrece las posibilidades de realizar esta Capacitación Práctica no solo en centros de envergadura nacional, sino también internacional. De esta forma, el especialista podrá expandir sus fronteras y ponerse al día con los mejores profesionales, que ejercen en entornos empresariales de primera categoría y en diferentes continentes. Una oportunidad única que solo TECH podría ofrecer.



Tendrás una inmersión práctica total en el centro que tú mismo elijas”

03

Objetivos

Este programa ha sido diseñado con el objetivo principal de aportar al egresado el conocimiento más exhaustivo sobre el Management y las estrategias de empresas y organizaciones, gracias al cual pueda llevar a cabo un plan de Marketing exitoso en función a sus diferentes procesos y variabilidades. Gracias a ello, podrá implementar a su praxis la gestión del mercado y de los clientes a través de la investigación en el contexto en el que se desarrolla su actividad, conociendo al detalle las técnicas cualitativas y cuantitativas más efectivas. Además, dominará el análisis y las métricas en internet, así como la interpretación de resultados y sus aplicaciones en los distintos proyectos empresariales.



Objetivos generales

- ♦ Dominar las últimas técnicas, postulados científicos modernos y aplicación de tecnologías de vanguardia en procesos de investigación de mercado
- ♦ Incorporar al trabajo diario los métodos, abordajes y análisis de métricas necesarios para comprobar la efectividad de las estrategias implementadas en cuanto a Marketing y comunicación
- ♦ Conocer el abordaje específico y casuísticas comunes que se producen en el entorno de la investigación de mercado y aplicación de técnicas avanzadas de comunicación
- ♦ Manejar las herramientas más eficaces implementadas en un entorno empresarial moderno para establecer las directrices de investigación de mercado





Objetivos específicos

- ♦ Definir las últimas tendencias novedades en gestión empresarial
- ♦ Construir un plan de desarrollo y mejora de habilidades personales y directivas
- ♦ Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entorno complejo e inestable
- ♦ Desarrollar un plan de Marketing para la empresa
- ♦ Identificar los tipos de investigación de mercados y saber aplicar el más adecuado para la compañía
- ♦ Desarrollar las principales técnicas en la investigación de mercados
- ♦ Ser capaz de definir cuál es la técnica de investigación de mercados más adecuada para nuestra compañía
- ♦ Conocer y saber aplicar las principales herramientas digitales para realizar análisis y métricas del mercado
- ♦ Conocer en profundidad las principales herramientas cuantitativas y cualitativas para estas investigaciones
- ♦ Adquirir habilidades de dirección y liderazgo
- ♦ Conocer los distintos segmentos del mercado y analizar en cuáles debe poner el foco la empresa
- ♦ Saber identificar a las empresas competidoras y crear estrategias que marquen la diferencia entre ambas
- ♦ Utilizar las técnicas de Marketing para lograr una buena reputación de la compañía
- ♦ Ser capaz de gestionar y liderar proyectos de investigación
- ♦ Saber realizar el trabajo de campo
- ♦ Analizar los resultados obtenidos y llegar a conclusiones útiles para la empresa

04

Planificación de la enseñanza

En el momento en el que TECH y su equipo de expertos deciden emprender este programa, lo hacen pensando en aportar al egresado una oportunidad más que le permita continuar creciendo profesionalmente, a la vez que amplía sus posibilidades de futuro. Para ello, esta vez han decidido conformar una experiencia eminentemente práctica en un centro de prestigio, desarrollada a lo largo de 3 semanas y distribuida en 120 horas, en las que el estudiante tendrá que acudir a la empresa de lunes a viernes en jornadas de 8 horas consecutivas.

En esta propuesta de Capacitación Práctica, las actividades están dirigidas al desarrollo y perfeccionamiento de las competencias necesarias para la prestación de actividades relacionadas con la dirección de investigación y técnicas de mercado, y que están orientadas a la dotación específica para el ejercicio de la profesión, con un alto desempeño laboral.

Es, por lo tanto, una oportunidad única e inigualable de trabajar en la mejora de sus habilidades y aptitudes de la mano de un equipo de expertos que velarán porque adquiera el conocimiento más amplio y especializado posible. Así, podrá moldear su perfil profesional e implementar a su praxis las estrategias directivas más efectivas y novedosas, adaptando sus cualidades a la demanda actual del sector empresarial.

La enseñanza práctica se realizará con la participación activa del estudiante desempeñando las actividades y procedimientos de cada área de competencia (aprender a aprender y aprender a hacer), con el acompañamiento y guía de los profesores y demás compañeros de entrenamiento que facilite el trabajo en equipo y la integración multidisciplinar como competencias transversales para la praxis de la dirección técnica e investigativa de mercados (aprender a ser y aprender a relacionarse).

Los procedimientos descritos a continuación serán la base de la parte práctica de la capacitación, y su realización estará sujeta a la disponibilidad propia del centro y su volumen de trabajo, siendo las actividades propuestas las siguientes:



Capacítate en una compañía que te pueda ofrecer todas estas posibilidades, con un programa académico innovador y un equipo humano capaz de desarrollarte al máximo”



Módulo	Actividad Práctica
Management y estrategia de empresas u organizaciones	Planificar la estrategia y diseño organizacional de un entorno de investigación de mercados
	Aplicar estrategias corporativas y tecnológicas para mejorar el flujo de trabajo del equipo
	Planificar estrategias de Marketing Digital e Inbound Marketing
	Desarrollar un plan de Marketing Mix que involucre producto, precio, distribución y comunicación
	Poner en marcha un plan de comunicación publicitaria que Integre Marketing o elementos de Merchandising a modo de promoción
	Reforzar el Branding de la empresa a través de diversas acciones enfocadas al análisis de mercados
Gestión del mercado y los clientes	Gestionar una base de datos de Marketing con información de mercados y clientes
	Organizar una investigación de mercado exhaustiva, en base a objetivos y factores clave
	Ejecutar un plan de investigación de mercados con objetivos, plazos y presupuesto determinado
	Realizar Brainstorming y otras técnicas creativas para evaluar en clave de investigación cualitativa
	Aplicar técnicas de NeuroMarketing al planeamiento diario
	Realizar encuestas a través de diferentes medios para la recopilación de datos
Producción de la investigación de mercados	Diseñar cuestionarios para recopilar e investigar mercados en internet
	Realizar muestreos, distinguiendo entre probabilísticos y no probabilísticos
	Analizar el guion y tipo de entrevista a utilizar según la investigación que se quiera realizar
	Realizar briefings con datos visualizados que pongan en valor los objetivos perseguidos
	Manejar las plataformas sociales media y Web 2.0 como un elemento más del plan de estudio e investigación de mercado
	Elaborar test de productos y test de mercado con aplicación en Investigación Cuantitativa
Análisis de resultados de investigación de mercados	Manejar analítica digital de Google Analytics, configurando la cuenta y creación de informes personalizados
	Analizar las principales métricas digitales para guiar los objetivos y medir los KPI
	Analizar resultados de diferentes estudios con métodos bivariantes y multivariantes de dependencia e interdependencia
	Elaborar un informe de resultados en base a las investigaciones realizadas
	Manejar estudios de viabilidad en mercados determinados

05

¿Dónde puedo hacer la Capacitación Práctica?

Para sus capacitaciones, TECH somete a las empresas que presentan su candidatura a un exigente y exhaustivo control de calidad, con el cual es posible determinar si la entidad puede garantizar una experiencia totalmente gratificante y satisfactoria desde el punto de vista del desarrollo profesional para el egresado. Por ello, los centros con los que finalmente cuenta forman parte de la excelencia de su sector, y permitirán al estudiante trabajar en el perfeccionamiento de sus competencias a través de la participación activa en los proyectos que se estén desarrollando durante su periodo práctico.



Estás a unas semanas de alcanzar la excelencia a través del trabajo activo en una empresa de renombre con un equipo de profesionales versados en la dirección de investigación y en las técnicas de mercado”





El alumno podrá cursar esta capacitación en los siguientes centros:



Escuela de Negocios

Web Experto

País	Ciudad
Argentina	Santa Fe

Dirección: Lamadrid 470 Nave 1 1º piso Oficina 17, Rosario, Santa Fe

Empresa de gestión digital y orientación web

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- MBA en Dirección Comercial y Ventas
- MBA en Marketing Digital



Escuela de Negocios

Gaming Partners

País: México
Ciudad: Ciudad de México

Dirección: Poniente 75 Col. 16 de septiembre
Alcaldía Miguel Hidalgo

Empresa especializada en marketing gaming
y desarrollo de videojuegos

- Capacitaciones prácticas relacionadas:**
- Administración de Personas
 - MBA en Dirección Comercial y Ventas



Escuela de Negocios

Coppel

País: México
Ciudad: Sinaloa

Dirección: República 2855 Los Alamos, Col. Recursos
Hidráulicos 80105 Culiacán Rosales, Sinaloa

Empresa especializada en los servicios
financieros y asesores

- Capacitaciones prácticas relacionadas:**
- MBA en Marketing Digital
 - Diseño Gráfico





Grupo Fórmula

País	Ciudad
México	Ciudad de México

Dirección: Cda. San Isidro 44, Reforma Soc,
Miguel Hidalgo, 11650 Ciudad de México, CDMX

Empresa líder en comunicación multimedia
y generación de contenidos

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Diseño Gráfico
- Administración de Personas



Aprovecha esta oportunidad para rodearte de profesionales expertos y nutrirte de su metodología de trabajo”

06

Condiciones generales

Seguro de responsabilidad civil

La máxima preocupación de esta institución es garantizar la seguridad tanto de los profesionales en prácticas como de los demás agentes colaboradores necesarios en los procesos de capacitación práctica en la empresa. Dentro de las medidas dedicadas a lograrlo, se encuentra la respuesta ante cualquier incidente que pudiera ocurrir durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Para ello, esta entidad educativa se compromete a contratar un seguro de responsabilidad civil que cubra cualquier eventualidad que pudiera surgir durante el desarrollo de la estancia en el centro de prácticas.

Esta póliza de responsabilidad civil de los profesionales en prácticas tendrá coberturas amplias y quedará suscrita de forma previa al inicio del periodo de la capacitación práctica. De esta forma el profesional no tendrá que preocuparse en caso de tener que afrontar una situación inesperada y estará cubierto hasta que termine el programa práctico en el centro.



Condiciones Generales de la Capacitación Práctica

Las condiciones generales del acuerdo de prácticas para el programa serán las siguientes:

1. TUTORÍA: durante la Capacitación Práctica el alumno tendrá asignados dos tutores que le acompañarán durante todo el proceso, resolviendo las dudas y cuestiones que pudieran surgir. Por un lado, habrá un tutor profesional perteneciente al centro de prácticas que tendrá como fin orientar y apoyar al alumno en todo momento. Por otro lado, también tendrá asignado un tutor académico, cuya misión será la de coordinar y ayudar al alumno durante todo el proceso resolviendo dudas y facilitando todo aquello que pudiera necesitar. De este modo, el profesional estará acompañado en todo momento y podrá consultar las dudas que le surjan, tanto de índole práctica como académica.

2. DURACIÓN: el programa de prácticas tendrá una duración de tres semanas continuadas de formación práctica, distribuidas en jornadas de 8 horas y cinco días a la semana. Los días de asistencia y el horario serán responsabilidad del centro, informando al profesional debidamente y de forma previa, con suficiente tiempo de antelación para favorecer su organización.

3. INASISTENCIA: en caso de no presentarse el día del inicio de la Capacitación Práctica, el alumno perderá el derecho a la misma sin posibilidad de reembolso o cambio de fechas. La ausencia durante más de dos días a las prácticas sin causa justificada/médica, supondrá la renuncia de las prácticas y, por tanto, su finalización automática. Cualquier problema que aparezca durante el transcurso de la estancia se tendrá que informar debidamente y de forma urgente al tutor académico.

4. CERTIFICACIÓN: el alumno que supere la Capacitación Práctica recibirá un certificado que le acreditará la estancia en el centro en cuestión.

5. RELACIÓN LABORAL: la Capacitación Práctica no constituirá una relación laboral de ningún tipo.

6. ESTUDIOS PREVIOS: algunos centros podrán requerir certificado de estudios previos para la realización de la Capacitación Práctica. En estos casos, será necesario presentarlo al departamento de prácticas de TECH para que se pueda confirmar la asignación del centro elegido.

7. NO INCLUYE: la Capacitación Práctica no incluirá ningún elemento no descrito en las presentes condiciones. Por tanto, no incluye alojamiento, transporte hasta la ciudad donde se realicen las prácticas, visados o cualquier otra prestación no descrita.

No obstante, el alumno podrá consultar con su tutor académico cualquier duda o recomendación al respecto. Este le brindará toda la información que fuera necesaria para facilitarle los trámites.

07 Titulación

Este Título de **Capacitación Práctica en Dirección de Investigación y Técnicas de Mercados** contiene el programa más completo y actualizado del panorama profesional y académico.

Tras la superación de las pruebas por parte del alumno, este recibirá por correo postal, con acuse de recibo, el correspondiente Certificado de Capacitación Práctica expedido por TECH.

El certificado expedido por TECH expresará la calificación que haya obtenido en la prueba.

Título: **Capacitación Práctica en Dirección de Investigación y Técnicas de Mercados**

Duración: **3 semanas**

Asistencia: **de lunes a viernes, turnos de 8 horas consecutivas**

Créditos: **5 ECTS**





Capacitación Práctica
Dirección de Investigación
y Técnicas de Mercados

Capacitación Práctica

Dirección de Investigación y Técnicas de Mercados



tech