# Programa de Desarrollo Directivo

## Investigación de Mercados

tech universidad tecnológica

tech universidad tecnológica

# Programa de Desarrollo Directivo

## Investigación de Mercados

- Modalidad: **online**
- Duración: **6 meses**
- Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
- Acreditación: **36 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/programa-desarrollo-directivo/investigacion-mercado**

# Índice


01 Bienvenida — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? — pág. 6

03 ¿Por qué nuestro programa? — pág. 10

04 Objetivos — pág. 14

05 Estructura y contenido — pág. 18

06 Metodología — pág. 28

07 Perfil de nuestros alumnos — pág. 36

08 Dirección del curso — pág. 40

09 Impacto para tu carrera — pág. 44

10 Beneficios para tu empresa — pág. 48

11 Titulación — pág. 52

01

# Bienvenida

Conocer la viabilidad de un producto antes de lanzarlo al mercado es fundamental para el éxito de ventas de las empresas. Con esta capacitación de alto nivel, aprenderás las últimas técnicas en Investigación de Mercados de la mano de profesionales de reconocido prestigio.

Uno de los objetivos principales de este programa en Investigación de Mercados de TECH es favorecer tu crecimiento personal y profesional, ayudándote a conseguir el éxito en tu empresa.

Programa de Desarrollo Directivo en Investigación de Mercados.
TECH Universidad Tecnológica

*La figura del directivo recto, inflexible y autoritario ha quedado obsoleta. Ha surgido un nuevo perfil, mucho más acorde con las nuevas tendencias y que destaca por tener conocimientos tecnológicos, practicar la escucha activa con sus trabajadores y ser autocrítico con su trabajo"*

02

# ¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.

*TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial"*

## En TECH Universidad Tecnológica

### Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

*"Caso de Éxito Microsoft Europa"* por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivídeo interactivo.

### Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

**95%** | **de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito**

### Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

**+100.000**
**directivos capacitados cada año**

**+200**
**nacionalidades distintas**

### Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

**+500** | **acuerdos de colaboración con las mejores empresas**

### Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.

### Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.

## Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.

> *En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico"*



**TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:**

## Análisis

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.

## Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.

## Economía de escala

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.

03

# ¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.

*Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico"*

**Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:**

## 01 Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

*El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.*

## 02 Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

*Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.*

## 03 Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

*Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.*

## 04 Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

*El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.*

05

## Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

*Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.*

06

## Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

*El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.*

07

## Mejorar *soft skills* y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

*Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.*

08

## Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

*Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.*

04

# Objetivos

Este programa está diseñado para afianzar las capacidades directivas y de liderazgo, además de desarrollar nuevas competencias y habilidades que serán imprescindibles en su desarrollo profesional. Tras el programa, serán capaces de tomar decisiones de carácter global con una perspectiva innovadora y una visión internacional.

*Uno de nuestros objetivos fundamentales es ayudarte a desarrollar las competencias esenciales para dirigir estratégicamente la actividad empresarial"*

## TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos. Trabajan conjuntamente para conseguirlos.

El **Programa de Desarrollo Directivo en Investigación de Mercados** capacitará al alumno para:

01 Definir las últimas tendencias novedades en gestión empresarial

02 Elaborar estrategias para llevar a cabo la toma de decisiones en un entorno complejo e inestable

03 Desarrollar un plan de Marketing para la empresa

04 Identificar los tipos de investigación de mercados y saber aplicar el más adecuado para la compañía

05 Desarrollar las principales técnicas en la investigación de mercados

06 Conocer y saber aplicar las principales herramientas digitales para realizar análisis y métricas del mercado

05

# Estructura y contenido

El Programa de Desarrollo Directivo en Investigación de Mercados es un programa a la medida de los profesionales, que se imparte en formato 100% online para que elijan el momento y lugar que mejor se adapte a su disponibilidad, horarios e intereses.

Un programa que se desarrolla a lo largo de 6 meses y que pretende ser una experiencia única y estimulante que siembre las bases para su éxito como directivos y emprendedores.

*Lo que estudias es muy importante. Las destrezas y competencias que adquieres es lo fundamental. No encontrarás un temario más completo que este, créenos..."*

## Plan de estudios

El Programa de Desarrollo Directivo en Investigación de Mercados de TECH Universidad Tecnológica es un programa intenso que te prepara para afrontar retos y decisiones empresariales tanto a nivel nacional como internacional.

El contenido del Programa de Desarrollo Directivo en Investigación de Mercados está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias directivas que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en entornos inciertos.

A lo largo de 900 horas de capacitación, los alumnos analizan multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual y en equipo. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este Programa de Desarrollo Directivo en Investigación de Mercados trata en profundidad todas las áreas financieras de la empresa y está diseñado para capacitar a directivos que entiendan la dirección estratégica desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan pensado para ellos, enfocado en su mejora profesional y que les prepara para alcanzar la excelencia en el ámbito de la dirección y la gestión empresarial. Un programa que entiende sus necesidades y las de sus empresas mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que les otorgará competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

Este programa se desarrolla a lo largo de 6 meses y se divide en 6 módulos:

| | |
|---|---|
| **Módulo 1** | Introducción a la Investigación de Mercados |
| **Módulo 2** | Técnicas de investigación cualitativa |
| **Módulo 3** | Técnicas de investigación cuantitativa |
| **Módulo 4** | Producción de la Investigación de Mercados |
| **Módulo 5** | Análisis y métricas en internet |
| **Módulo 6** | Análisis de resultados y aplicaciones de la investigación de mercados |

## ¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este Programa de Desarrollo Directivo en Investigación de Mercados de manera totalmente online. Durante los 6 meses que dura la especialización, el alumno podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

*Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.*

## **Módulo 1.** Introducción a la Investigación de Mercados

### 1.1. Fundamentos de la Investigación de Mercados
1.1.1. Concepto de Investigación de Mercados y Marketing
1.1.2. Utilidad de la Investigación de Mercados
1.1.3. La ética de la Investigación de Mercados

### 1.2. Aplicaciones de la Investigación de Mercados
1.2.1. El valor de la investigación para los directivos
1.2.2. Factores de la decisión de investigar el mercado
1.2.3. Principales objetivos de la Investigación de Mercados

### 1.3. Tipos de Investigación de Mercados
1.3.1. Investigaciones exploratorias
1.3.2. Investigaciones descriptivas
1.3.3. Investigaciones causales

### 1.4. Tipos de información
1.4.1. Elaboración: primaria y secundaria
1.4.2. Naturaleza cualitativa
1.4.3. Naturaleza cuantitativa

### 1.5. Organización de la Investigación de Mercados
1.5.1. El departamento interno de Investigación de Mercados
1.5.2. La contratación externa de la investigación
1.5.3. Factores de decisión: interna vs. Externa

### 1.6. Gestión de proyectos de investigación
1.6.1. La Investigación de Mercados como un proceso
1.6.2. Etapas de planificación en la Investigación de Mercados
1.6.3. Etapas de ejecución en la Investigación de Mercados
1.6.4. Gestión de un proyecto de investigación

### 1.7. Los estudios de gabinete
1.7.1. Objetivos de los estudios de gabinete
1.7.2. Fuentes de información secundaría
1.7.3. Resultados de los estudios de gabinete

### 1.8. El trabajo de campo
1.8.1. Obtención de información primaria
1.8.2. Organización de la obtención de información
1.8.3. Control de entrevistadores

### 1.9. Investigación de Mercados online
1.9.1. Herramientas de investigación cuantitativas en mercados online
1.9.2. Herramientas de investigación cualitativas dinámicas de los clientes

### 1.10. La propuesta de Investigación de Mercados
1.10.1. Objetivos y Metodología
1.10.2. Plazos de ejecución
1.10.3. Presupuesto

## **Módulo 2.** Técnicas de investigación cualitativa

### 2.1. Introducción a la investigación cualitativa
2.1.1. Objetivos de la investigación cualitativa
2.1.2. Fuentes de información cualitativa
2.1.3. Características de la información cualitativa

### 2.2. La dinámica de grupos
2.2.1. Concepto y objetivos
2.2.2. Organización y realización
2.2.3. Resultados de la dinámica de grupos

### 2.3. La entrevista en profundidad
2.3.1. Concepto y objetivos
2.3.2. El proceso de la entrevista en profundidad
2.3.3. Aplicación de las entrevistas en profundidad

### 2.4. Técnicas proyectivas
2.4.1. Concepto y objetivos
2.4.2. Principales técnicas proyectivas

### 2.5. Técnicas de creatividad
2.5.1. Concepto y objetivos
2.5.2. Técnicas intuitivas: *brainstorming*
2.5.3. Técnicas formales: Método Delphi
2.5.4. Otras técnicas de creatividad

### 2.6. Observación como técnica cualitativa
2.6.1. Concepto y aplicaciones
2.6.2. Escenarios de observación
2.6.3. Medios técnicos
2.6.4. Valoración de la observación

### 2.7. *Neuromarketing*: las respuestas del cerebro
2.7.1. Concepto y aplicaciones
2.7.2. Escenarios de observación en *Neuromarketing*
2.7.3. Técnicas de *Neuromarketing*

### 2.8. La pseudocompra
2.8.1. Concepto y aplicaciones
2.8.2. Escenarios de pseudocompra
2.8.3. El *Mistery Shopper*

### 2.9. La investigación cualitativa digital
2.9.1. Descripción y características
2.9.2. Principales técnicas cualitativas on line

### 2.10. Aplicación de la investigación cualitativa
2.10.1. Estructura de resultados de la investigación cualitativa
2.10.2. Proyección de los resultados de la investigación cualitativa
2.10.3. Aplicaciones a la toma de decisiones

## **Módulo 3.** Técnicas de investigación cuantitativa

### 3.1. Introducción a la investigación cuantitativa
3.1.1. Objetivos de la investigación cuantitativa
3.1.2. Fuentes de información cuantitativa
3.1.3. Características de la información cuantitativa

### 3.2. La encuesta personal
3.2.1. Concepto y características
3.2.2. Tipos de encuesta personal
3.2.3. Ventajas e inconvenientes de la encuesta personal

### 3.3. La encuesta telefónica
3.3.1. Concepto y características
3.3.2. Tipos de encuesta personal
3.3.3. Ventajas e inconvenientes de la encuesta personal

### 3.4. La encuesta autoadministrada
3.4.1. Concepto y características
3.4.2. Encuesta por internet
3.4.3. Encuestas por correo postal y electrónico
3.4.4. Encuesta por entrega personal

### 3.5. El ómnibus
3.5.1. Concepto y características
3.5.2. Resultados del ómnibus
3.5.3. Tipos de ómnibus

### 3.6. El panel
3.6.1. Concepto y características
3.6.2. Resultados del panel
3.6.3. Tipos de panel

### 3.7. El *Tracking*
3.7.1. Concepto y características
3.7.2. Resultados del *Tracking*
3.7.3. Tipos de *Tracking*

### 3.8. Observación como técnica cuantitativa
3.8.1. Concepto y utilidad
3.8.2. Escenarios de observación
3.8.3. Medios técnicos
3.8.4. Resultados de la observación cuantitativa

### 3.9. La experimentación
3.9.1. Concepto y características
3.9.2. Test de producto
3.9.3. Test de mercado

### 3.10. Aplicación de la investigación cuantitativa
3.10.1. Estructura de resultados de la investigación cuantitativa
3.10.2. Proyección de los resultados de la investigación cuantitativa
3.10.3. Aplicaciones a la toma de decisiones

## **Módulo 4.** Producción de la Investigación de Mercados

### 4.1. El cuestionario cuantitativo
4.1.1. Concepto, funciones y tipos
4.1.2. Fases en el diseño del cuestionario
4.1.3. Estructura del cuestionario

### 4.2. Formulación de las preguntas
4.2.1. Tipos de preguntas
4.2.2. Jerarquización de las preguntas
4.2.3. Pretest del cuestionario

### 4.3. Escalas de medida
4.3.1. Finalidad y tipos de escalas
4.3.2. Escalas básicas, comparativas y no comparativas
4.3.3. Creación y evaluación de escalas
4.3.4. Escalas estandarizadas

### 4.4. Diseño de cuestionarios en internet
4.4.1. Características del cuestionario en internet
4.4.2. Estructura del cuestionario online
4.4.3. Principales soportes de encuesta online

### 4.5. Guiones y entrevistas cualitativas
4.5.1. Concepto y tipos
4.5.2. Estructura de guiones y entrevistas
4.5.3. Formulación de las preguntas

### 4.6. El muestreo
4.6.1. Concepto y proceso del muestreo
4.6.2. Métodos de muestreo cuantitativo
4.6.3. La selección de la muestra en la investigación cualitativa

### 4.7. Muestreo probabilistico
4.7.1. Muestreo simple
4.7.2. Muestreo estratificado
4.7.3. Muestreo por conglomerados

### 4.8. Muestreo No probabilistico
4.8.1. Ruta aleatoria
4.8.2. Cuotas
4.8.3. Disponibilidad
4.8.4. Otros métodos no probabilisticos

### 4.9. Tamaño de la muestra
4.9.1. Factores determinantes del tamaño muestral
4.9.2. Cálculo del tamaño de la muestra
4.9.3. El tamaño muestral en los mercados industriales

### 4.10. Proceso de trabajo de campo
4.10.1. Capacitación de entrevistadores
4.10.2. Coordinación de la obtención de información
4.10.3. Evaluación e incidencias

## **Módulo 5.** Análisis y métricas en internet

### 5.1. Sistemas de información para la toma de decisiones
5.1.1. *Business Intelligence*
5.1.2. *Data Warehouse*
5.1.3. BSC o cuadro de mando integral

### 5.2. Análisis web
5.2.1. Fundamentos de la analítica web
5.2.2. Medios clásicos vs. Medios digitales
5.2.3. Metodología de base del analista web

### 5.3. Google Analytics
5.3.1. Configuración de una cuenta
5.3.2. *Tracking* API Javascript
5.3.3. Informes y segmentos personalizados

### 5.4. Análisis cualitativo
5.4.1. Técnicas de investigación de aplicadas en analítica web
5.4.2. *Customer journey*
5.4.3. *Purchase funnel*

### 5.5. Métricas digitales
5.5.1. Métricas básicas
5.5.2. Ratios
5.5.3. Establecimiento de objetivos y KPIs

### 5.6. Áreas de análisis de una estrategia
5.6.1. Captación de tráfico
5.6.2. Activación
5.6.3. Conversión
5.6.4. Fidelización

### 5.7. *Data Science & Big Data*
5.7.1. *Business Intelligence*
5.7.2. Metodología y análisis de grandes volúmenes de datos
5.7.3. Extracción, tratamiento y carga de datos

### 5.8. Herramientas de analítica web
5.8.1. Base tecnológica de una herramienta de AW
5.8.2. Logs y Tags
5.8.3. Etiquetado básico y adhoc

### 5.9. Visualización de datos
5.9.1. Visualización e interpretación de *dashboards*
5.9.2. Transformación del dato en valor
5.9.3. Integración de fuentes
5.9.4. Presentación de informes

### 5.10. Análitica móvil
5.10.1. Metodologías de medición y análisis móvil
5.10.2. Métricas en Mobile: principales KPIs
5.10.3. Análisis de rentabilidad
5.10.4. Mobile analytics

## **Módulo 6.** Análisis de resultados y aplicaciones de la Investigación de Mercados

### 6.1. Plan de análisis de la información
6.1.1. Preparación de datos
6.1.2. Etapas del plan de análisis
6.1.3. Esquema del plan de análisis

### 6.2. Análisis descriptivo de la información
6.2.1. Concepto de análisis descriptivo
6.2.2. Tipos de análisis descriptivo
6.2.3. Programas estadísticos en el análisis descriptivo

### 6.3. Análisis bivariante
6.3.1. Contraste de hipótesis
6.3.2. Tipos de análisis bivariantes
6.3.3. Programas estadísticos en el análisis bivariantes

### 6.4. Análisis multivariantes de dependencia
6.4.1. Concepto y características
6.4.2. Tipos de análisis multivariantes de dependencia

### 6.5. Análisis multivariantes de interdependencia
6.5.1. Concepto y características
6.5.2. Tipos de análisis multivariantes de interdependencia

### 6.6. Conclusiones de la Investigación de Mercados
6.6.1. Diferenciación de los análisis de información
6.6.2. Interpretación conjunta de las informaciones
6.6.3. Aplicación de las conclusiones al objeto de la investigación

### 6.7. Elaboración del informe
6.7.1. Concepto, utilidad y tipos
6.7.2. Estructura del informe
6.7.3. Normas de redacción

### 6.8. La Investigación de Mercados internacionales
6.8.1. Introducción a la Investigación de Mercados internacionales
6.8.2. Proceso de la Investigación de Mercados internacionales
6.8.3. La importancia de las fuentes secundarias en la Investigación internacional

### 6.9. Los estudios de viabilidad
6.9.1. Obtención de información de comportamientos y motivos de compra
6.9.2. Análisis y valoración de la oferta competitiva
6.9.3. Estructura y potencial de mercado
6.9.4. Intención de compra
6.9.5. Resultados de viabilidad

### 6.10. Estudios de intención de voto
6.10.1. Estudios previos a las elecciones
6.10.2. Encuestas a pie de urna
6.10.3. Estimaciones de voto

06

# Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine.***

*Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización"*

## TECH Business School emplea el Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

*Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo"*

*Este programa te prepara para afrontar retos empresariales en entornos inciertos y lograr el éxito de tu negocio.*

*Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera.*

## Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0 para proponerle al directivo retos y decisiones empresariales de máximo nivel, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y empresarial más vigente.

> *Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales"*

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomasen decisiones y emitiesen juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

## Relearning Methodology

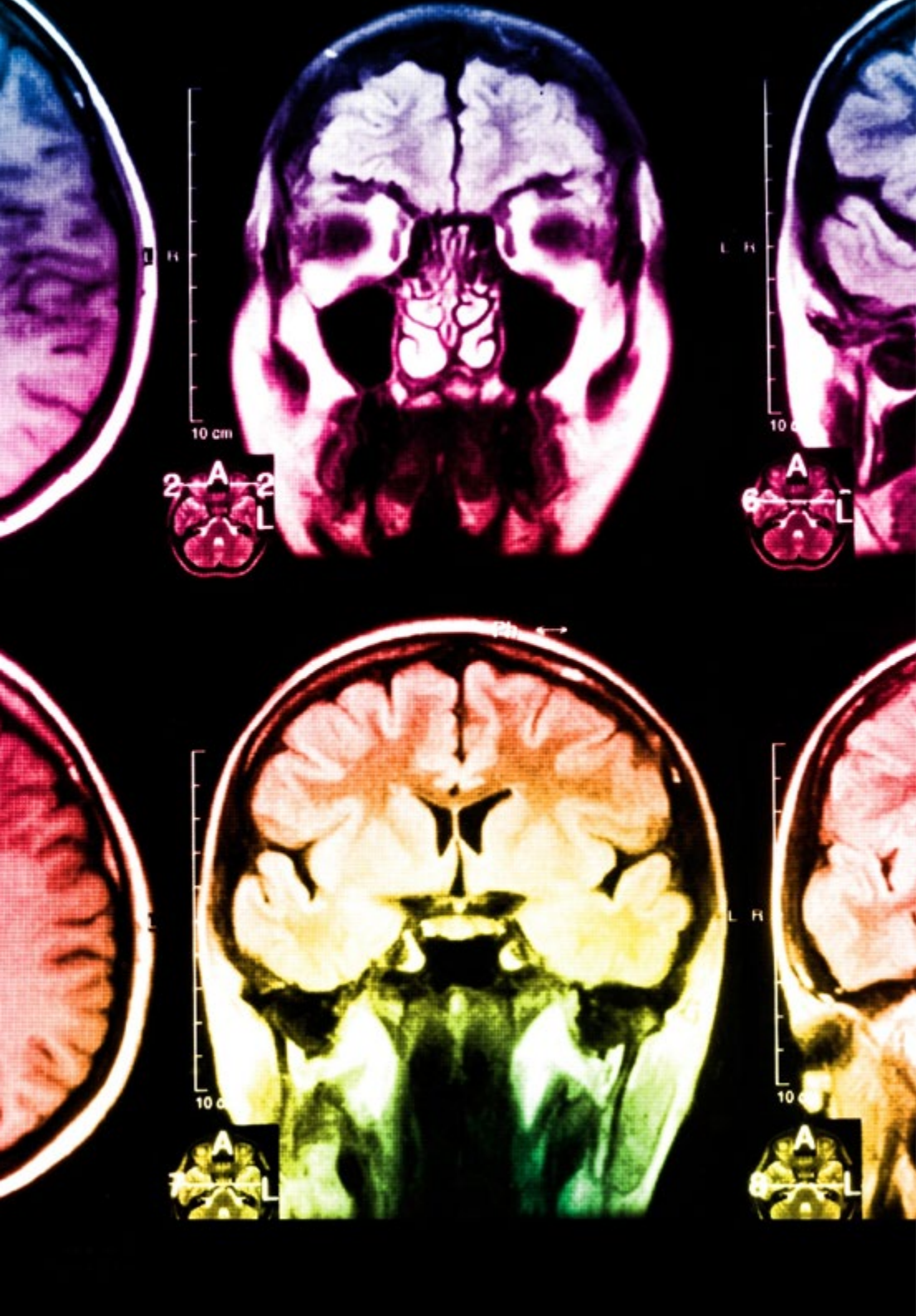
TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

*Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.*

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra escuela de negocios es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

*El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.*

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.

**Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:**

### Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.

### Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

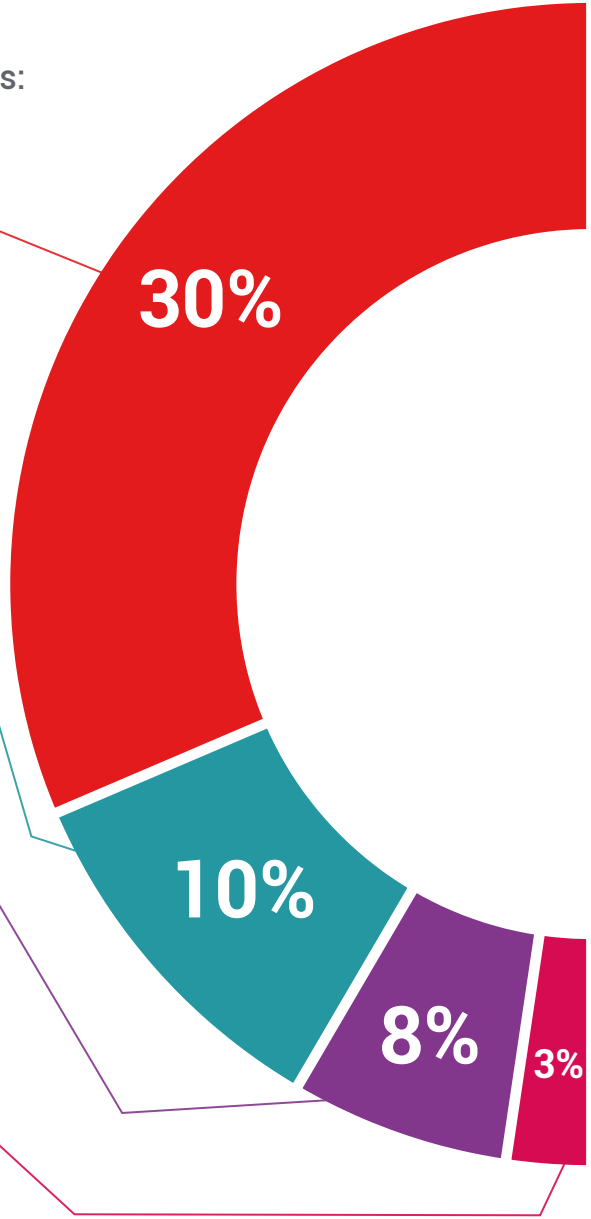
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

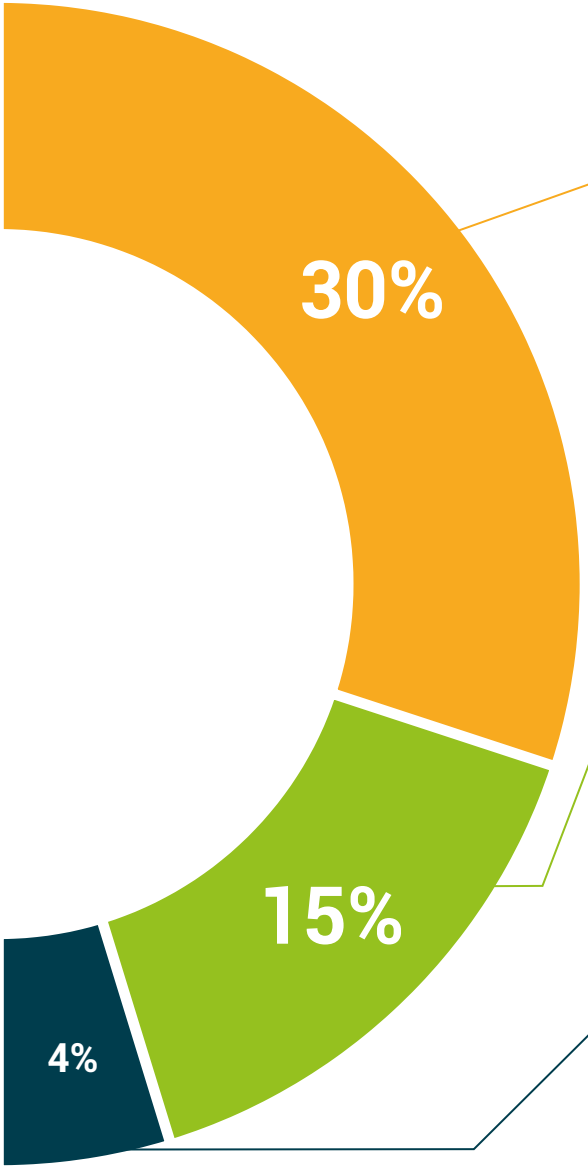
### Prácticas de habilidades directivas

Realizarán actividades de desarrollo de competencias directivas específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un alto directivo precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.

### Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.






**Case studies**

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama internacional.

**Resúmenes interactivos**

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".

**Testing & Retesting**

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.

07

# Perfil de nuestros alumnos

El Programa de Desarrollo Directivo en Investigación de Mercados está dirigido a personas con estudios universitarios y, al menos, cuatro años de experiencia profesional, que quieren transformar su carrera y orientarla a la dirección de empresas.

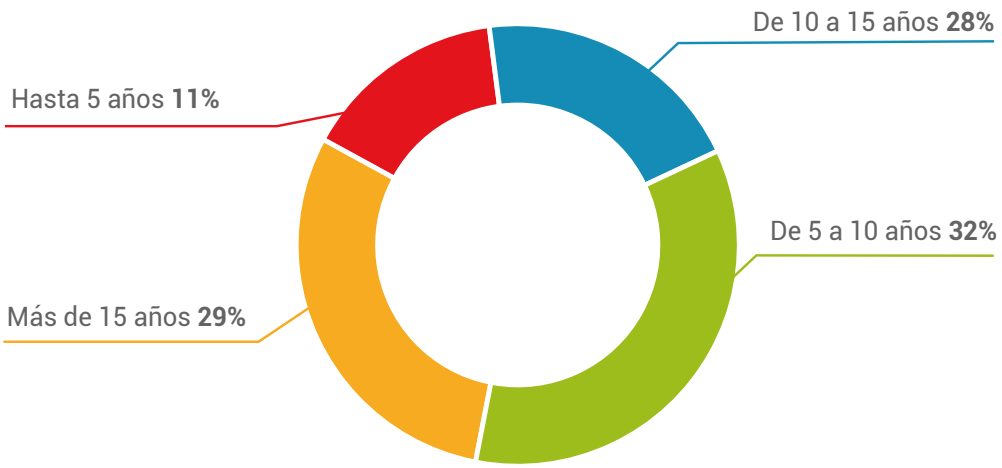
La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.

*Si tienes experiencia en dirección y management, y buscas una interesante mejora en tu trayectoria mientras sigues trabajando, éste es tu programa"*

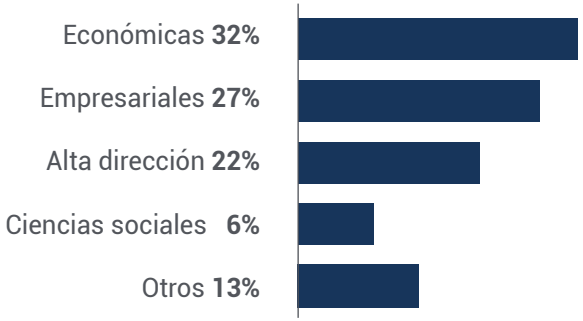
## Edad media

Entre **35** y **45** años

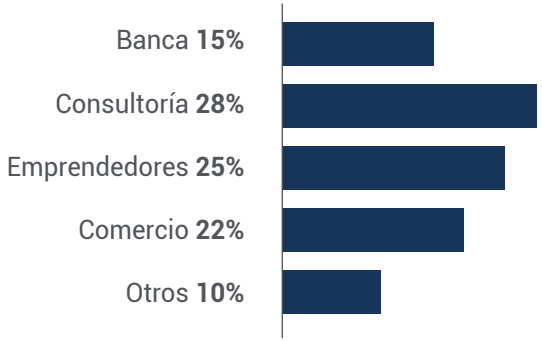
## Años de experiencia



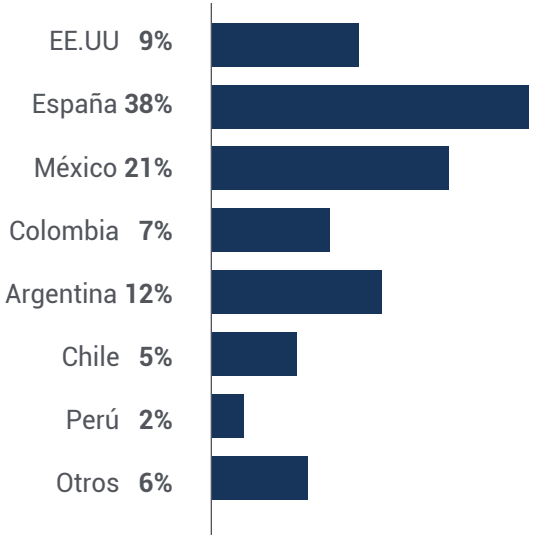

## Formación




## Perfil académico



## Distribución geográfica



# Manuela Ortega

**Director de una empresa**

*"Por mucho que uno lo desee, plantearse un Programa de Desarrollo Directivo en Investigación de Mercados no es una cuestión sencilla y, más aún, cuando hay que compaginarlo con la actividad profesional y la vida familiar. No obstante, el Programa de TECH Universidad Tecnológica me ofreció la posibilidad de lograrlo. El buen profesorado hizo aún más enriquecedora la experiencia y el aprendizaje. En buena parte, como fruto de aquello, hoy soy directora de una gran empresa de comunicación, nuevo cargo que ejerzo con ilusión y mi mejor hacer. En definitiva, el cambio por haber entrado en acción"*

08

# Dirección del curso

TECH ha seleccionado para este programa a un cuadro docente altamente cualificado y con una amplia experiencia en materia de asesoría fiscal de empresas. Los cuales, además de participar en su diseño y elaboración, vierten en el desarrollo del programa su información actualizada y eficaz, lo que permitirá al estudiante ampliar sus conocimientos en beneficio del sector.

*Contamos con un equipo docente con amplia experiencia que te ayudará a especializarte en este sector"*

## Dirección

### D. López Rausell, Adolfo

- Comercial y Técnico de Investigación en Investgroup
- Consultor de Marketing en Alcoworking
- Gerente en el Club de Innovación de la Comunidad Valenciana
- Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad De Valencia
- Diplomado en Marketing por ESEM Escuela de Negocio
- Miembro de: AECTA (Vocal de comunicación de Junta Directiva), AINACE (vocal de Junta Directiva), Club Marketing Valencia

09

# Impacto para tu carrera

TECH es consciente de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal.

El objetivo final de llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de conseguir crecer profesionalmente.

*Generar un cambio positivo en tu trayectoria profesional: ese es nuestro reto. Nos implicamos al máximo para ayudarte a conseguirlo"*

*Si quieres lograr un cambio positivo en tu profesión, el Programa de Desarrollo Directivo en Investigación de Mercados te ayudará a conseguirlo.*

## ¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera

El Programa de Desarrollo Directivo en Investigación de Mercados de TECH Universidad Tecnológica es un programa intenso que los prepara para afrontar retos y decisiones empresariales tanto a nivel nacional como internacional. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional: ayudarles a conseguir el éxito.

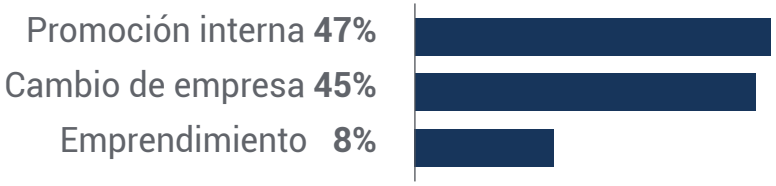
Si quieren superarse a si mismo, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarte con los mejores, este es su sitio.

*No dejes pasar la oportunidad de educarte con nosotros y notarás cómo conseguirás la mejora que estabas buscando.*

### Momento del cambio

| Durante el programa el | Durante el primer año el | Dos años después el |
|---|---|---|
| **11%** | **63%** | **26%** |

### Tipo de cambio



## Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25,22%**

| Salario previo | Incremento salarial del | Salario posterior |
|---|---|---|
| **57.900 €** | **25,22%** | **72.500 €** |

10

# Beneficios para tu empresa

El Programa de Desarrollo Directivo en Investigación de Mercados contribuye a elevar el talento de la organización a su máximo potencial mediante la capacitación de líderes de alto nivel.

Participar en este Programa de Desarrollo Directivo en Investigación de Mercados supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.

*El directivo aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización"*

**Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo.**

01

### Crecimiento del talento y del capital intelectual

El directivo aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

### Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el directivo y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

### Construcción de agentes de cambio

El directivo será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

### Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.

05

### Desarrollo de proyectos propios

El Programa de Desarrollo Directivo puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I+D o desarrollo de negocio de su compañía.

06

### Aumento de la competitividad

Este Programa de Desarrollo Directivo en Investigación de Mercados dotará a sus directivos de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

11

# Titulación

Este programa en Investigación de Mercados garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Programa de Desarrollo Directivo expedido por TECH Universidad Tecnológica.

*Supera con éxito esta capacitación y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites"*

Este programa te permitirá obtener el título de **Programa de Desarrollo Directivo en Investigación de Mercados** emitido por TECH Universidad Tecnológica.

TECH Universidad Tecnológica, es una Universidad española oficial, que forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Con un enfoque centrado en la excelencia académica y la calidad universitaria a través de la tecnología.

Este título propio contribuye de forma relevante al desarrollo de la educación continua y actualización del profesional, garantizándole la adquisición de las competencias en su área de conocimiento y aportándole un alto valor curricular universitario a su formación. Es 100% válido en todas las Oposiciones, Carrera Profesional y Bolsas de Trabajo de cualquier Comunidad Autónoma española.

Además, el riguroso sistema de garantía de calidad de TECH asegura que cada título otorgado cumpla con los más altos estándares académicos, brindándole al egresado la confianza y la credibilidad que necesita para destacarse en su carrera profesional.

Título: **Programa de Desarrollo Directivo en Investigación de Mercados**

Modalidad: **100% Online**

Duración: **6 meses**

Créditos: **36 ECTS**

tech universidad tecnológica

D/Dña _____, con documento de identificación _____ ha superado con éxito y obtenido el título de:

**Programa de Desarrollo Directivo en Investigación de Mercados**

Se trata de un título propio de 900 horas de duración equivalente a 36 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH Universidad Tecnológica es una universidad oficial española que pertenece al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

En San Cristóbal de la Laguna, a 28 de febrero de 2024

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

código único TECH: AFWDR23S techtitute.com/titulos

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

# Programa de Desarrollo Directivo
## Investigación de Mercados

- Modalidad: **online**
- Duración: **6 meses**
- Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
- Acreditación: **36 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

# Programa de Desarrollo Directivo

## Investigación de Mercados

tech universidad tecnológica