

DIPLOMATURA EN INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Los egresados tendrán la posibilidad de formar parte de la bolsa de trabajo de la Cámara de Empresas de Investigación de Mercados (CEIM), donde las empresas líderes del sector buscan a sus profesionales.



SE FOCALIZARÁ EN LAS DISTINTAS APLICACIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:

» El estudio de la opinión pública y los sondeos electorales.

» La integración de técnicas para analizar el punto de venta.

» La atención a las nuevas tendencias en el estudio del consumo.

» El programa está dirigido a profesionales del marketing que busquen profundizar las metodologías y prácticas de investigación de mercados, a investigadores que quieran ampliar sus conocimientos en las diferentes áreas metodológicas, y a graduados de diversas carreras universitarias que quieran adentrarse en la temática.

CURSADA

33 CLASES,

1 vez por semana. **HORARIO:** de 18:30 a 21 horas.

SEDE: Av. Córdoba 374, Ciudad de Buenos Aires.

CONTENIDOS GENERALES

- » INTRODUCCIÓN A LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN
- » ASPECTOS TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA
- » PRINCIPIOS DE LA COORDINACIÓN Y ANÁLISIS DEL DISCURSO SOCIAL
- » INVESTIGACIONES EN EL PUNTO DE VENTA
- » PREPARACIÓN DE CUESTIONARIO Y ELABORACIÓN DE ENCUESTAS
- » PROCESAMIENTO CUANTITATIVO
- » EL MARKETING Y SU INTERFAZ CON LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
- » LA INVESTIGACIÓN DE OPINIÓN PÚBLICA APLICADA A LA POLÍTICA
- » NUEVAS TENDENCIAS EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS INTRODUCCIÓN

Nuevas tendencias: cambios de hábitos en las formas de comprar, informarse, relacionarse, hacer deporte, estudiar. Nativos digitales. Consumo de medios y redes sociales. Nuevas formas de encontrar al consumidor. El mundo BIG DATA. La representatividad de las muestras en el mundo on y off. Formas cualitativas de abordar interrogantes desde el espacio digital. Complementariedad on – off. Ecosistemas digitales y marcas.

PROFESORES

El cuerpo de profesores está conformado por referentes en sus áreas, constituyendo un plantel de expertos con distintas miradas y alta formación.



VALERIA M. DUBINOSWSKI

Lic. y Profesora en Sociología, UBA. Management Executive Program, UADE Senior.



NATALIA GITELMAN

Lic. en Sociología, UBA. Mag. en Sociología Económica, IDAES.



SUSANA INÉS MARQUIS

Psicóloga, UNAM (México) y UBA.



MANUEL MORA Y ARAUJO

Máster en Sociología, Universidad FLACSO, Santiago de Chile.



GABRIELA NADER

Lic. en Psicología, USal.



ELENA PEYROUS

Lic. en Psicología Social, Escuela de Psicología Social Pichón Riviere.



GABRIELA SIRKIS

Dra. en Dirección de Empresas, UCEMA.

El profesional que egrese de este programa tendrá competencias para investigar las problemáticas del marketing, tanto desde una mirada cualitativa (con manejo del análisis del discurso social, la coordinación de grupos y entrevistas) como desde una perspectiva cuantitativa a partir del análisis y el procesamiento de datos,



UCEMA es parte del Programa Capacitación PyME del Ministerio de Producción de la Nación

Ministerio de Producción
Presidencia de la Nación

EDUCACION EJECUTIVA | UCEMA  

+INFO: ucema.edu.ar/ejecutivos | +54 11 6314.3000
ejecutivos@ucema.edu.ar | Av. Córdoba 374, CABA.



UCEMA