

CURSO ESPECIALIZADO
ONLINE

MARKETING RESEARCH [CEOMR]





Curso Especializado Online en Marketing Research

El contexto actual empresarial, dinámico, cambiante y digital, requiere de equipos y profesionales capaces de investigar el mercado y los consumidores para la obtención de insights de forma continua. Los análisis y conclusiones obtenidos servirán para elaborar la estrategia de compañía, desarrollar nuevos productos y servicios, identificar nuevas oportunidades competitivas o analizar el éxito de las estrategias actuales.

El Curso Especializado Online en Marketing Research permite recorrer tanto las técnicas y herramientas de investigación “clásicas” como las técnicas más actuales para conocer al consumidor y analizar su comportamiento; cómo analizar y explotar la información, desde small data a big data; y cómo contribuir activamente en equipos agile en los que la investigación se desarrolla de forma continua para el desarrollo de productos y servicios.

Formato	Online
Idioma	Español
Duración	12 semanas
Trabajo individual, Examen Final	

COMPETENCIAS

- Planificar, diseñar y desarrollar investigación de mercados para dar respuesta a retos y necesidades de negocio
- Realizar la investigación para la obtención de insights y conclusiones para la identificación y mantenimiento de ventajas competitivas
- Contribuir a la estrategia de marketing, branding y de desarrollo de producto

OBJETIVOS

- › Diseñar y desarrollar un plan de investigación que de respuesta a los retos estratégicos y tácticos de Negocio
- › Contribuir activamente a la toma de decisiones, despliegue de estrategias de marketing y desarrollo de productos y servicios
- › Conocer las principales herramientas de investigación, cómo aplicarlas y analizar sus resultados en un contexto empresarial
- › Aplicar la investigación en el ámbito digital y en contextos que requieren frameworks agile

DIRIGIDO A

- Profesionales de marketing que realizan investigación de mercados
- Profesionales involucrados en el desarrollo de producto
- Especialistas de otras áreas que necesitan desarrollar activamente actividades de investigación
- Emprendedores que quieran impulsar su negocio y elaborar estrategias basadas en el análisis del mercado y sus potenciales clientes

PERFIL DE SALIDA

Profesionales de marketing de producto y servicio, con altas capacidades para realizar investigación de mercados y clientes.
Consultores de investigación.
Profesionales de desarrollo de producto.

METODOLOGÍA

Transformative Learning by ESIC

es un nuevo ecosistema formativo que persigue el desarrollo profesional y personal del alumnado dentro de los máximos estándares de calidad académica, docente y que refuerza la interacción constante entre alumnos, profesorado, la realidad empresarial y otras áreas y servicios de la Escuela.

¿En qué consiste?



Materiales de apoyo asíncrono, vídeos, lecturas, etc.

Documentación

- Programa completo: Temas, puntos y subpuntos.
- Asignación de temas y clases por semana.
- Documentación elaborada por profesionales del sector.
- Videos de tutorías y webinars (clases).
- Bibliografía y links de interés.

Documentación en Easy Generator

- Contenidos ONLINE.
- Descargables en PDF.
- Indicador y marcador de progreso.





Sesiones online síncronas, Webinars

- Se recomienda asistir a todos los webinars e interactuar con el profesor y los compañeros.
- Los webinars son sesiones online de una hora aprox. impartidas por un profesional, miembro del consejo de expertos del curso. Estas sesiones tratarán sobre temas o materias relevantes, pudiendo el alumno interactuar con el ponente en tiempo real.
- Las sesiones serán grabadas y podrás encontrarlos en el aula virtual después de su impartición.
- Horario habitual entre las 19:00y las 21:00h. (hora España)
- Las fechas y horarios puedes encontrarlas disponibles en el aula virtual desde el 1er día de inicio del curso.
- En total son 10 webinars durante el curso



Autoevaluación

Al final de cada tema hay un test de autoevaluación para asegurarte que aprendes lo previsto.



Aplicación de casos de estudios y empresas reales



Apoyo tutorizado y feedback

4 tutorías en directo, una tutoría cada mes, con una de ellas al inicio con la explicación del curso.



Actividades prácticas y experienciales



Sistema de evaluación que combina la demostración de logros individuales y grupales



Proyecto final y examen final para la obtención del título.



PROGRAMA



Diseño del plan de investigación

- > Exploración
- > Definición del reto
- > Planificación
- > Trabajo de campo
- > Análisis de resultados

Comportamiento del consumidor: economía conductual y neuromarketing

- > Conocimiento del consumidor
- > Sesgos
- > Proceso de toma de decisiones

Segmentación y modelización de clientes

- > Técnicas de segmentación
- > Clustering
- > Modelización en arquetipos, buyer personas o user personas

Técnicas de investigación cualitativa

- > Entrevistas en profundidad
- > Focus groups
- > Etnografía y observación contextual

Técnicas de investigación cuantitativa

- > Encuesta
- > Panel. Tracking
- > Programas de Voz del Cliente
- > Desarrollo de herramientas de medición

Análisis de datos y procesado de resultados

- > Análisis estadístico
- > Varianza, correlación y regresión
- > Análisis factorial
- > Conversión de datos no estructurados en estructurados mediante IA

UX y análisis del comportamiento digital

- > Análisis de la experiencia con y sin usuarios
- > Digital analytics
- > Análisis heurístico
- > A/B Testing
- > Mobile research

Brand y Ad research

- > Brand awareness
- > Atributos de marca
- > Impactos en medios
- > Eficacia de campañas

Redes sociales y social listening

- > Profiling basado en redes sociales
- > Análisis de opinión en redes

Análisis de tendencias de mercado e investigación competitiva

- > Trendhunting
- > Influencia entre mercados e industrias
- > Análisis de la competencia

Presentación y visualización de datos e insights

- > Comunicación efectiva y presentación de resultados
- > Herramientas dinámicas (Tableau, Power BI, ...)
- > Diseño y visualización de datos

Metodologías ágiles y research aplicado al desarrollo de producto

- > Agile frameworks
- > Análisis, diseño y evaluación iterativa
- > Integración en equipos de desarrollo de software o producto

CLAUSTRO DE PROFESORES

Pablo Fiestas

Tutor del programa

IZO

VP CX & Customer Success

Maurien Martínez

Mind The Gap

CX Manager

Paloma Lucas

Strategyland

Directora General

Manuel Serrano

Coolhunting Group

Chairman

Sara López

Rocket Studio

CEO/Founder

Mónica Díaz-Ponte

Digital Addiction

Managing Director

Carmen Reina

Orange

Head of Data Culture





MADRID

91 452 41 00

info.madrid@esic.edu

BARCELONA

93 414 44 44

info.barcelona@esic.edu

VALENCIA

96 361 48 11

info.valencia@esic.edu

SEVILLA

95 446 00 03

info.sevilla@esic.edu

ZARAGOZA

97 635 07 14

info.zaragoza@esic.edu

MÁLAGA

95 202 03 69

info.malaga@esic.edu

PAMPLONA

94 829 01 55

info.pamplona@esic.edu

BILBAO

94 470 24 86

formacion@camarabilbao.com

GRANADA

95 822 29 14

master@esgerencia.com

SEPTIEMBRE 2021