SELECCIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN DE MERCADOS

SKU: CT2219

Horas: 15

CONTENIDO

1. Tipología de la información de mercados.
1.1. Información interna y externa.
1.2. Información cualitativa y cuantitativa.
1.3. Información primaria y secundaria.
2. Descripción y características de los principales sistemas de obtención de información primaria cualitativa.
2.1. Entrevista en profundidad.
2.2. Dinámicas de grupo.
2.3. Técnicas de creatividad.
2.4. Observación.
3. Descripción y características de los principales sistemas de obtención de información primaria cuantitativa.
3.1. La encuesta.
3.2. El panel.
4. Fuentes de información secundaria sobre mercados nacionales e internacionales.
4.1. Bases de datos especializadas sobre mercados nacionales e internacionales.
4.2. Fuentes públicas de información secundaria externa.
4.3. Investigación de gabinete (desk research).
5. Procedimientos para cumplir los criterios en la selección de las fuentes y datos de información.
5.1. Procedimientos para garantizar la fiabilidad. exactitud y economía de las fuentes y datos utilizados por el SIM.
5.2. Cálculo de costes y tiempos en las acciones de recogida de información primaria y secundaria.