

DADES GENERALS

Curs acadèmic

Tipus de curs Diploma d'Especialització

Nombre de crèdits 25,00 Crèdits ECTS

Matrícula 1.850 euros (import preu públic)

Requisits d'accés

Modalitat Presencial

Lloc d'impartició Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador

Horari ,

Direcció

Organitzador Departament de Comercialització i Investigació de Mercats

Direcció Antonio Carlos Cuenca Ballester
Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats.
Universitat de València
José Enrique Bigné Alcañiz
Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats.
Universitat de València

Terminis

Preinscripció al curs Fins a 15/01/2020

Data inici Febrer 2020

Data fi Juny 2020

Més informació

Telèfon 961 603 000

E-mail informacio@adeituv.es

PROGRAMA

- 2.1 La investigación comercial y su papel en las decisiones de la empresa
- 2.2 El proceso de la IC; el SIM: el potencial de los datos disponibles
- 2.3 Las técnicas cuantitativas y el muestreo
- 2.4 El cuestionario tradicional y cuestionarios online
- 2.5 La investigación cualitativa
- 2.6 Saber analizar los datos
- 2.7 Estudios longitudinales: ómnibus, panel y tracking
- 2.8 Aplicaciones concretas de la investigación comercial: Test de producto, eficacia publicitaria y más
- 2.9 Últimas tendencias en investigación comercial
- 2.10 Marketing directo e interactivo
- 2.11 Análisis del consumidor digital
- 2.12 E-commerce: Web, Mobile y TV
- 2.13 Web Analytics y Clickstream Analysis
- 2.14 Social Media Analytics
- 2.15 Data: Fundamentos
- 2.16 Big Data: Aplicaciones al Marketing
- 2.17 Instrumentos de Predicción
- 2.18 Estrategia de marketing digital

PROFESSORAT

Joaquín Aldas Manzano

Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

José Enrique Bigné Alcañiz

Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

Txiquínquirá Canosa Núñez

Directora Departamento Investigación de Mercados. Gfk Emer Ad Hoc Research, S.L.

Rafael Crespo García

Profesor/a Titular de Universidad. Departament d'Anàlisi Matemàtica. Universitat de València

Antonio Carlos Cuenca Ballester

Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

Rafael Martín Currás Pérez

Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

Rubén De Mairena Jordá

Director de Departamento. GFK Emer España

Gianluca Fiorelli

Licenciado en Letras Modernas. Consultor. SEO e Inbound Marketing

José María Gómez Gras

CU

Jaime Guixeres Provenzale

Carmen Pérez Cabañero

Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

Alejandro Rabasa Dolado

Kodos Lab

Marcelo Royo Vela

Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

María Isabel Sánchez García

Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

Emilio Soria Olivas

Catedrático/a de Universidad. Departament d'Enginyeria Electrònica. Universitat de València

David Bruno Zaragoza Paula

Ingeniero en Telecomunicaciones. Avanzis

OBJECTIUS

Les sortides professionals que té el curs són:

Aquest títol capacita per ocupar llocs de gestió de les diferents eines de suport en la presa de decisions de màrqueting tant en l'àmbit de la investigació de mercats, com en l'entorn digital i la identificació dels factors.