

1. DATOS GENERALES

NOMBRE DEL CURSO:	¿CÓMO HACER UN ESTUDIO DE MERCADO O EMPRENDIMIENTO?		
FECHA DE INICIO:	POR DEFINIR	FECHA DE FINALIZACIÓN:	POR DEFINIR
INVERSIÓN:	\$ 49.99 (CUARENTA Y NUEVA DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA CON 99/100)		
LUGAR DEL CURSO:	ZOOM (VIDEO CONFERENCING) - SISTEMA VIRTUAL DE EDUCACIÓN CONTINUA (SIVEC)		

2. ACADÉMICO

OBJETIVO Y TEMARIO

OBJETIVO GENERAL:	Proporcionar los conocimientos necesarios que permitan a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	Recopilar y analizar la información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado. Establecer una metodología de análisis de mercados, clientes, oferta, etc., importante para el posicionamiento de un negocio en el mercado.
MODALIDAD:	Virtual.
PERFIL DEL PARTICIPANTE:	Responsables y personal de los departamentos de marketing, comercial y otras personas con responsabilidades en la investigación de mercados en la empresa y a todas aquellas personas que deseen mejorar sus conocimientos y técnicas sobre la investigación de mercados.

ORD.	CONTENIDO DEL CURSO: TEMAS Y ACTIVIDADES	N° HORAS
1	INTRODUCCIÓN <ul style="list-style-type: none"> ¿Qué es un estudio de mercado? ¿Para qué sirve un estudio de mercado? 	6
2	BENEFICIOS DEL ESTUDIO DE MERCADO <ul style="list-style-type: none"> Conocerás a tu competencia. Descubrirás cuál es tu público. Igualmente sabrás la opinión de tus consumidores. Entenderás las variables. Descartarás ideas, productos o proyectos antes de fracasar. 	6
3	ESTRUCTURA INICIAL DEL ESTUDIO DE MERCADO <ul style="list-style-type: none"> Definición del Problema. Análisis Situacional Actual. Análisis DAFO. Definición de Objetivos. 	8
4	TÉCNICAS DE ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO <ul style="list-style-type: none"> Según la procedencia de los datos. Según la tipología de la información a obtener. 	6
5	DISEÑO Y TRATAMIENTO DE DATOS <ul style="list-style-type: none"> Selección de la muestra. Recopilación de datos. 	6
6	PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS <ul style="list-style-type: none"> Elaboración e Interpretación de Datos. Informe Final. 	8
TOTAL DE HORAS		40

3. CERTIFICADO DE CAPACITACIÓN

Certificado emitido por el Centro de Educación Continua, con el aval de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

4. HORARIO

DISPOSICIONES GENERALES:	El curso de "¿Cómo hacer un Estudio de Mercado o Emprendimiento?" se desarrollará en la modalidad de aprendizaje sincrónico a través de la herramienta tecnológica ZOOM (Video Conferencing) y en la modalidad de aprendizaje asincrónico en el Sistema Virtual de Educación Continua (SIVEC), el cual tendrá una disponibilidad de acceso 24/7 a fin que los participantes puedan cumplir con las actividades designadas por el instructor a cargo.
---------------------------------	--