

MODELOS DE INVESTIGACIÓN EN LA EMPRESA. VTP

SKU: - VTP. | Categorías: ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN, Administración y Oficinas, Calidad, Comercio y Marketing, COMERCIO Y MARKETING,

Gestión de la información y comunicación, Gestión Empresarial, Dirección y Recursos Humanos, Logística Comercial y Gestión del Transporte,

Marketing, Publicidad y Comunicación, Sin categorizar

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas 50

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Modelos de investigación en la empresa

Objetivos

Conocer los fines u objetivos del plan de comunicación.

Conocer las características del proceso de investigación.

Conocer las etapas del proceso de investigación.

Conocer los diferentes diseños de investigación.

Distinguir entre datos primarios y secundarios y conocer la utilidad de ambos.

Conocer las diferencias entre información primaria y secundaria.

Tener conocimiento de las ventajas que aporta la planificación de la comunicación.

Saber la finalidad de una auditoría de imagen.

Conocer la utilidad de un análisis DAFO y estrategias para mejorar el resultado.

stigación: herramienta para la planificación de la estrategia de comunicación.

Página: 1

ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN, Administración y

mentos preliminares de investigación aplicada a la comunicación en las organ<mark>ización es</mark>lidad, <u>Comercio y Marketin</u>g,

COMERCIO Y MARKETING, Gestión de la

información y comunicación, Gestión

Empresarial, Dirección y Recursos Humanos,

Logística Comercial y Gestión del Transporte,

Marketing, Publicidad y Comunicación, Sin

categorizar



Evolution

Telefono y whatsapp +34 630 06 65 14

- 2. El proceso de investigación: Características.
- 3. El proceso de investigación: Etapas.
- 4. Diseños de investigación.
- 5. Fuentes de información: datos primarios y secundarios.
- 6. Naturaleza de la información: cualitativa o cuantitativa.

UD2. Recogida de información primaria: investigación cualitativa.

- 1. Introducción2. Técnicas cualitativas de investigación.
- 3. Técnicas directas 3.1 Entrevistas en profundidad.
- 3.2 Grupos focalizados.
- 3.3 Las técnicas de creatividad.
- 4. Las técnicas proyectivas.
- 4.1 Técnicas de asociación.
- 4.2Técnicas de complementación.
- 4.3 Técnicas de construcción.
- 4.4 Técnicas de expresión.
- 4.5 Ventajas y desventajas de las técnicas proyectivas.
- 5. El análisis de la información cualitativa.

UD3. Recogida de información primaria: investigación cuantitativa.

- 1. Introducción2. Conceptos fundamentales en la teoría del muestreo.
- 2.1 Condiciones para la representatividad de las muestras.



祖是 muestreo.

Página: 2

es de rigor en la investigación cuantitativa.

4. Técnicas de investigación cuantitativa.

ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN, Administración y

Oficinas, Calidad, Comercio y Marketing,

COMERCIO Y MARKETING, Gestión de la

información y comunicación, Gestión

Empresarial, Dirección y Recursos Humanos,

Logística Comercial y Gestión del Transporte,

Marketing, Publicidad y Comunicación, Sin

categorizar





Telefono y whatsapp +34 630 06 65 14

- 4.1 Estudios ad hoc: Encuesta.
- 4.2 Estudios continuos: Panel y Tracking.

UD4. Herramientas de diagnóstico: auditorías de imagen y análisis DAFO.

- 1. Introducción.
- 2. Auditorías de imagen y comunicación.
- 2.1 Objetivos de una auditoría de imagen.
- 2.2 Fases de una auditoría de imagen.
- 3. El análisis DAFO.
- 3.1 Estrategias de branding.

UD5.La investigación aplicada a la comunicación política.

- 1. La información es poder.
- 2. Radiografía del mercado electoral.
- 3. La comunicación como elemento del mix de marketing político estratégico.
- 3.1 El mix de marketing político4. Métodos y técnicas de investigación del mercado electoral.
- 4.1 Las fuentes secundarias de información.
- 4.2 Las fuentes primarias de información.
- 5. Investigación cualitativa del mercado electoral.
- 6. El análisis del mercado electoral desde la perspectiva cuantitativa

Tal vez te interese este curso: <u>Investigación y recogida de información de mercados</u>



otro: Especialista en Investigación Cualitativa Página: 3

<u>Instagram</u>

Oficinas, Calidad, Comercio y Marketing,
COMERCIO Y MARKETING, Gestión de la
información y comunicación, Gestión
Empresarial, Dirección y Recursos Humanos,
Logística Comercial y Gestión del Transporte,
Marketing, Publicidad y Comunicación, Sin

categorizar