

PLAN FORMATIVO DEL SEXPE

DIRIGIDO A POTENCIAR EL DESARROLLO PROFESIONAL DE LOS RRHH Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS

**CURSO: SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MERCADOS
(180 horas)**

**Modalidad
Teleformación**



SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MERCADOS (MF 1007_3)

Según el Centro Europeo de Empresas Innovadoras (CEEI), la internacionalización requiere que la actividad emprendedora inicial de la empresa se centre en la investigación de sus nuevos mercados. Este curso te capacitará para IDENTIFICAR LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA EMPRESA EN NUEVOS MERCADOS:

- Delimitando los niveles y fuentes de información necesarios para la empresa y su toma de decisiones
- Obteniendo y organizando la información fiable de los mercados, teniendo en cuenta los objetivos y operaciones comerciales de la empresa y sus costes
- Extrayendo conclusiones, aplicando técnicas de análisis estadístico, de la información y datos obtenidos o disponibles en el SIM

IMPORTE:

COLABORA:

OBJETIVOS DEL CURSO

1

Analizar la incidencia de las variables del macro y microentorno de las empresas u organizaciones en la actividad comercial.

2

Aplicar técnicas de recogida de información, de acuerdo con los objetivos y requisitos previamente establecidos por el SIM.

3

Aplicar técnicas estadísticas y de tratamiento de datos a la información disponible en el SIM para facilitar su análisis, interpretación y posterior presentación en informes comerciales

4

Explicar las ventajas de la utilización de aplicaciones informáticas- hojas de cálculo y bases de datos en el tratamiento de datos de un SIM empresarial.

SUMARIO DE CONTENIDOS

UNIDAD 1. ENTORNO E INFORMACIÓN DE MERCADOS

- Análisis del macroentorno del marketing
- Análisis del microentorno del marketing
- Selección de las fuentes de información de mercados
- El Sistema de Información de Mercados (SIM)
- Procedimientos de gestión y archivo de la información de mercados

UNIDAD 2. INVESTIGACIÓN Y RECOGIDA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS

- Técnicas de recogida de información: la investigación de mercados
- Procedimientos de recogida de información primaria
- Técnica de recogida de información primaria: la encuesta
- Técnica de recogida de información primaria: el cuestionario
- Técnica de recogida de información primaria: El muestreo
- Organización del trabajo de campo

UNIDAD 3. TRATAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE MERCADOS

- Tratamiento de datos: codificación y tabulación
- Análisis estadístico de la información de mercados
- Elaboración de informes y presentaciones para el SIM

EQUIPO DOCENTE

MARIA REULA.

Formación.

- + Licenciada superior en Empresariales por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Zaragoza
- + Especializada en Investigación Comercial y Marketing

Experiencia: profesional desde 1993 en el ámbito de la Investigación Social y de Mercados. Además como especialista en investigación de mercados, (en los últimos 23 años de experiencia profesional) ha realizado tareas relacionadas con la captación de información mediante fuentes primarias y secundarias, procesamiento de la información, gestión de la documentación, elaboración de informes y aseguramiento del correcto funcionamiento del SIM.



CARACTERÍSTICAS

Curso **oficial** (módulo formativo perteneciente al certificado de profesionalidad de **MARKETING Y COMPRAVENTA INTERNACIONAL** COMM0110)

Requisitos de acceso a la formación: tener un nivel de estudios mínimo superior a bachillerato o haber cursado un certificado de profesionalidad de nivel 2 de la misma familia o de nivel 3
Modalidad **teleformación** y examen final presencial en Mérida (Centro de Formación ENPRO)

Metodología *"learningbydoing"* desarrollada a través de la plataforma y contenidos de FORTEC, **entidad acreditada para impartir formación oficial online por el SEPE**

Acciones formativas **gratuitas**

CONTACTO: FORTEC: 976799643
ENPRO: 924300504



[Inscribirse](#)