



2015

DIPLOMADO EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS





DESCRIPCIÓN:

Programa de Investigación de Mercados consta de 60 horas permite a las empresas entender de manera real el mercado en el cual se desarrolla. Entender a los consumidores, la competencia, los clientes, etc. con el fin de tomar decisiones acertadas sobre los hallazgos encontrados una vez realizado el proceso de investigación de mercados.

OBJETIVOS:

Proveer al participante del conocimiento de los conceptos, procesos, herramientas, metodologías, técnicas, instrumentos, etc. relacionados con la investigación de mercados.

A QUIEN VA DIRIGIDO:

Dirigido a Gerentes de mandos medios, Supervisores y personal administrativo con potencial para convertirse en gerentes. El propósito del diplomado es lograr que el participante desarrolle habilidades gerenciales y de dirección que faciliten una excelente labor administrativa para lograr un alto desempeño.

METODOLOGÍA :

El Diplomado en Investigación de Mercado consta de **60 horas presenciales**. La formación fomenta la participación activa y variada, distribuyéndose entre:

- **Clases Presenciales.**
- **Documentación** sobre cada módulo docente: apuntes en pdf con toda la materia recibida, infografías, lecturas recomendadas, ebooks.
- **Evaluaciones** de cada módulo para medir lo aprendido. La evaluación de los módulos se realizará mediante: **Pruebas de Evaluación Continua (PEC)**, consistentes en prácticas que el alumno deberá realizar individualmente y donde aplicará los contenidos desarrollados en cada módulo.

PLAN DE ESTUDIOS:



Módulo 1: Segmentación de Mercados.

- Conceptos.
- Pasos para segmentar.
- Segmentación tradicional.
- Segmentación Psicográfica.

Módulo2: Comportamiento Consumidor.

- Conceptos.
- Pasos del proceso de compra del consumidor.
- Influencias en el proceso de compra del consumidor.

Módulo3: Investigación de Mercados.

- Conceptos y definiciones.
- Objetivos y finalidad.
- Tipos de investigaciones de mercados.
- Pasos del proceso de investigación de mercados.

Módulo4: Investigación Cualitativa.

- Conceptos y definiciones.
- Objetivos y finalidad.
- Técnicas más utilizadas.
- Instrumentos utilizados.
- Ventajas y desventajas.
- Proceso de realización estudios cualitativos.
- Peligros y malas prácticas.

Módulo5: Investigación Cuantitativa.

- Conceptos y definiciones.
- Técnicas más utilizadas.
- Instrumentos utilizados.
- Ventajas y desventajas.
- Metodologías cuantitativas en la práctica.

Módulo 6: Diseño de Cuestionarios.

- Conceptos y definiciones.
- Partes del cuestionario.
- Pasos para el diseño del cuestionario.
- Tipos de preguntas.
- Ventajas y desventajas de los tipos de preguntas.



- Taller diseño de cuestionario.

Módulo7: Técnicas de Muestreo.

- Conceptos y definiciones.
- Clasificación de las técnicas de muestreo.
- Determinación del tamaño de la muestra.
- Distribución muestral.

Módulo8: Trabajo de Campo en Estudios Cuantitativos.

- Pasos del trabajo de campo.
- Fraudes en el trabajo de campo.
- Revisión y codificación posterior al trabajo de campo.

PROFESORADO :



Juan N. Mejía Báez

Coordinador del Diplomado.

Especialista en el área de Investigación de Mercado con amplia experiencia en Inteligencia de Mercado. Es Ingeniero En sistemas y realizó sus estudios de Maestría en Gerencia de Mercadeo en la Universidad APEC y una Especialización en Pedagogía con la Universidad de Camagüey, Cuba. Es Docente en el área de Grado impartiendo las asignaturas de: Investigación de Mercados, Canales de Distribución, Seminario Uso Computadoras para Encuestas y Mercadotecnias Básicas, además ha sido reconocido en varias ocasiones como profesor de excelencia.

Ha trabajado como subgerente de Base Datos Mercadeo, Departamento Investigaciones de Mercado y Planificación Comercial del Banco Popular, Coordinador Investigaciones de Mercados, área cuantitativa de *Quala Dominicana, S.A.* , *Asesoría de Mercadeo Laboratorios Ryssell*, Coordinador Investigación de Mercados *Cervecería Nacional Dominicana* y Analista Senior Investigación de Mercados, Inteligencia de Negocios *Viva Dominicana, Trilogy*.



Mariela Fermín Yangüela

La profesora Mariela Fermín es Egresada de la Licenciatura en Comunicación Publicitaria de la Universidad Iberoamericana (UNIBE), luego realiza un Postgrado en Gerencia de Mercadeo y Post Grado en Relaciones Públicas obteniendo un galardón como Summa Cum Lauder, más tarde realiza una Maestría en Gerencia de Mercadeo. Es docente en Diferentes Universidades tanto en el Área de Grado como de Maestría, realizando asesoría de Trabajos de Grados, además imparte asignatura de:

Gerencia de Marketing, Comercio Internacional ,Gerencia de Marca, Negocios Internacionales, Introducción a los Negocios Internacionales, Marketing Social, Gerencia de Servicio, Comunicación Publicitaria, Administración de Empresas y Comunicación Integrada de Marketing.

La Lic. Fermín actualmente se dirige su propia empresa de Comunicación, Marketing y Eventos dirigiendo proyecto personal e independiente como socio-director denominado Código, Comunicación y Eventos, enfocado a servicios de estrategia de comunicación y relaciones públicas, con énfasis en la conceptualización coordinación y montaje de eventos



Lic. Oliver Andrés Cruz Gómez.

El profesor Cruz actualmente se desempeña como Coordinador de la Carrera de Mercadeo, Intec, revisando el diseño curricular de la carrera, contratación y dirección del cuerpo docente, participación en proyectos del Área de Negocios. Además se desempeña como Docente y asesor del Software SPSS. IBM SPSS STATISTICS Certified Specialist Level 1. Ha impartido cursos a instituciones tales como ONAPLAN, Banco Central, Banco BHD, Asisa, Horwath Consulting, R&S Sistemas, CCN, UNIBE, UNAPEC, entre otras. También se desempeña como Director de Investigación, Trinergia S.A. lo cual se dedica a la Asesoría, diseño y aplicación de Investigaciones de Mercado y estudios de opinión pública a empresas de servicios y de productos de consumo masivo. Experiencia en el uso de todo tipo de técnicas cualitativas y cuantitativas. Dirección de más de 100 proyectos de investigación en República Dominicana, Panamá, Puerto Rico y Haití. Moderador de grupos focales y entrevistas de profundidad.

Ha tenido administrando los Productos Electrónicos, Verizon Servicios de Información Dominicana, (Páginas Amarillas). Administración del ciclo de vida del portafolio de productos electrónicos (www.superpagesdr.com www.busregisterdr.com), también como Asesor estadístico de Taylor Nelson Sofres Media Research en Rep. Dom. (TNS Lozano).



INVERSION:

El costo del Diplomado es de **RD\$20,000** pesos dominicanos.

Forma de pago:

Las formas de pago admitidas son: Efectivo, Tarjeta de Credito, Cheque de Administración y Transferencia a cuenta bancaria.

Puede pagar vía depósito o transferencia:

Entidad: Banco Popular Dominicano

Numero de cuenta: 001-89888-4

Enviar vía correo electrónico el voucher: cobros2@icda.edu.do

Alba Cuevas, Enc. de Cobros 809-535-0665 ext. 2321

Público en general:

Llenar formulario SI-01 + copia de Cedula.

40% de avance : **RD\$8,000** pesos dominicanos

(2) cuotas antes de finalizar : **RD\$6,000** pesos dominicanos.

Al cumplirse el mes iniciado del diplomado se cumple la 1er.cuota. Si se paga con retraso tiene un cargo de 10%.

Empresarial:

1. Llenar formulario SI-01
2. Carta compromiso de la empresa: Timbrada, sellada y firmada.

Ofertas de descuento:

Público en general:

Pago al contado total del Diplomado aplica un 10% de descuento. En efectivo o depósito en cuenta.

Pago total con tarjeta de crédito aplica un 7.5% de descuento.

Empresarial:

Los descuentos por empresas son los siguientes:

De 3 a 5 participantes 5% de descuento

De 6 a 9 participantes 10% de descuento

De 10 en adelante 15% de descuento



CONTACTO:

Información adicional e inscripción

Universidad Domingo Americano

Web: www.icda.edu.do

Twitter: [@EIDominico](https://twitter.com/EIDominico)

Facebook:

<https://www.facebook.com/EIDominicoAmericano>

Tel: 809-535-0665 ext. 3481/3482/3486 y 3487

Fax: 809 533-8809

Flota: 829-417-1464 y 829-417-1465

Email: econtinuada@icda.edu.do

Ave. Abraham Lincoln #21. Santo Domingo,
República Dominicana

