



 **EUROINNOVA.ES**  
Líder en Formación a distancia

***Experto en la Elaboración de Estudios de Mercado***

# Experto en la Elaboración de Estudios de Mercado

**Duración:** 120 horas

**Precio:** 150 € \*

**Modalidad:** A distancia

\* Materiales didácticos, titulación oficial y gastos de envío incluidos.

## Descripción

Formación en necesidades mercantiles e investigación de mercados, centrándose en la elaboración de planes de mercado y markentig para los comercios a nivel profesional, obteniendo un título de experto.



## *A quién va dirigido*

Desempleados, estudiantes, profesionales o cualquier persona, que desee formarse para ampliar sus conocimientos o trabajar en este sector.

## *Objetivos*

Orientar y mantener su actuación en el mercado de trabajo de acuerdo a sus propias capacidades.

## *Para que te prepara*

Para conocer el mercado y sus necesidades. Definir mejor que es lo que vamos a vender y las diferentes formas de venta.

## *Salidas laborales*

Consultorías, asesorías.

## Titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Euroinnova Formación vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).



## Forma de financiación

- Contrarrembolso.
- Transferencia.
- Tarjeta de crédito.

+ Información Gratis

[www.euroinnova.es](http://www.euroinnova.es)

Información y matrículas: 958 050 200

Fax: 958 050 244



## Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail donde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios.

Los materiales son de tipo monográfico, de sencilla lectura y de carácter eminentemente práctico. La metodología a seguir se basa en leer el manual teórico, a la vez que se responden las distintas cuestiones y ejercicios que se incluyen dentro del cuaderno de evaluación.

Para su evaluación, el alumno/a deberá hacernos llegar en el sobre de franqueo en destino, dicho cuaderno de evaluación. La titulación será remitida al alumno/a por correo, una vez se haya comprobado el nivel de satisfacción previsto (60% del total de las respuestas).

## Materiales didácticos

- Manual teórico 'Estudios de Mercado'
- Cuaderno de ejercicios



## Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional.

Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.



## Plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido:

- **Master a distancia y online:** El plazo de finalización será de 12 meses a contar desde la fecha de recepción de las materiales del curso.

- **Curso a distancia y online:** El plazo de finalización será de 6 meses a contar desde la fecha de recepción de los materiales del curso.

En ambos casos, si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada de 3 meses.

## Bolsa de empleo

El alumno tendrá la posibilidad de incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas, participando así en los distintos procesos de selección y empleo gestionados por más de 2000 empresas y organismos públicos colaboradores, en todo el territorio nacional.

## Club de alumnos

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

## Revista digital

El alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

## Programa formativo

### TEMA 1. ESTUDIO DEL MERCADO.

Investigación de mercados: fases.  
Métodos para la investigación de mercados.  
Análisis cuantitativo y análisis cualitativo.  
La competencia.  
Estudio del mercado.

### TEMA 2. EL SURTIDO.

Composición del surtido.  
Mezcla de productos.  
Características comerciales del surtido.  
El plan portafolio de la empresa.

### TEMA 3. EL PRECIO.

Fijación del precio.  
Técnicas de fijación de precios.  
Selección del precio final.  
Descuentos en los precios y otras deducciones.  
Impuestos.

### TEMA 4. LA FUERZA DE VENTAS.

Definición de la fuerza de ventas.  
Constitución de la fuerza de ventas.  
La dirección de la fuerza de ventas: el jefe de ventas.

### TEMA 5. RELACIÓN EMPRESA-FUERZA DE VENTAS.

Objetivos de la fuerza de ventas.  
Estrategia de la fuerza de ventas.  
Organización de la fuerza de ventas.  
Tamaño de la fuerza de ventas.  
Remuneración de la fuerza de ventas.

### TEMA 6. FORMAS DE VENTA.

La venta de servicios.  
La venta electrónica.  
El intercambio comercial.  
La venta a grupos.  
La venta telefónica o telemarketing.  
Características de otras ventas.