

La investigación de mercados

Modalidad: curso e-Learning Duración: 10 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Definir y explicar el concepto, alcance y las etapas de la investigación de mercados.

CONTENIDOS

1. Concepto y alcance.
2. El papel de la investigación de mercados en el SIM (Sistema de Información de Mercados).
3. Etapas de la investigación de mercados.