

**PROGRAMA: INVESTIGACION COMERCIAL Y ANALISIS DE MERCADOS**

**PARTE I: INTRODUCCION Y MARCO CONCEPTUAL**

**Tema 1. La función comercial en la empresa.**

- 2. El mercado: evaluación y previsión de la demanda.
- 3. El comportamiento del consumidor.

**PARTE II: MARKETING E INVESTIGACION COMERCIAL. APROXIMACION METODOLOGICA**

- 4. Concepto, utilidad e historia de la Investigación Comercial (IC).
- 5. La IC como ciencia.

**PARTE III: FUENTES Y TÉCNICAS DE RECOGIDA DE DATOS**

- 6. Fuentes de la IC.
- 7. Técnicas de recogida de datos.
- 8. El método de encuesta.
- 9. El cuestionario.
- 10. La muestra.
- 11. La encuesta omnibus.
- 12. Los paneles.
- 13. La entrevista en profundidad.
- 14. La dinámica de grupos.
- 15. Otras técnicas cualitativas.

**PARTE IV: TÉCNICAS DE ANALISIS DE DATOS**

- 16. Conceptos generales y clasificación.
- 17. Análisis uni y bivariable.
- 18. Análisis multivariable: a) Una variable dependiente y múltiples independientes; b) Múltiples variables dependientes e independientes; c) Interrelaciones de variables y objetos.

**PARTE V: PRINCIPALES APLICACIONES**

- 19. Estudios de hábitos y estilos de vida.
- 20. Test de concepto, de producto, de marca y de logotipo.
- 21. Test de mercado.
- 22. Test publicitarios: pretests y postests.
- 23. Estudios de medios. Medida de audiencias.
- 24. Estudios de imagen y posicionamiento de productos, marcas y empresa.
- 25. Investigación de los canales de distribución.
- 26. Investigación Sociopolítica.

**PARTE IV: DISEÑO Y ORGANIZACIÓN DE LA IC**

- 27. Diseño y planificación de la IC.

- 28. El trabajo de Campo.
- 29. IC e Informática.
- 30. El informe de la investigación.

**Bibliografía**

BENZCRU, P.: *L'analyse des données: l'analyse des correspondances*. Dunod, 1973.

CUADRAS, C. M.: *Métodos de análisis multivariante*. Barcelona. Eunibar, 1981.

DAVIS, J.: *Análisis elemental de encuestas*. Trillas, 1975.

GARCIA FERRANDO: *Socioestadística*. CIS, 1984.

GREEN/TULL: *Investigaciones de mercado*. Madrid. Prentice Hall Inter. 1981.

KOTLER, Ph.: *Marketing Research*. Prentice Hall Int. 1977.

LUCK/RUBIN: *Marketing Research*. Prentice Hall Int. 1977.

ORTEGA MARTINEZ, E.: *La dirección de marketing*. Esic, 1986. *El lenguaje y los fundamentos económicos del marketing*. Esic, 1981. *Manual de Investigación Comercial*. Pirámide, 1981.

RODGER, L. W.: *Statistics for marketing*. Mc Graw Hill, 1984.

SANCHEZ CARRION: *Introducción a las técnicas de análisis multivariante*. CIS, 1984.

SANCHEZ CRESPO: *Principios elementales de muestreo*. INE, 1971.

TULL/HAWKINS: *Marketing Research: measurement and method*. New York. McMillan, 1977.

ZALTMAN/BURGER: *Investigación de mercados*. Barcelona. Hispano europea, 1980.

51

5