

Curso de especialización

Inteligencia de Mercados y Comportamiento del Consumidor

Desarrolla competencias para transformar datos en insights estratégicos sobre mercados y consumidores, aplicando metodologías de investigación de mercados avanzadas.

Asociados a:

RECLA

Red de Educación Continua
de Latinoamérica y Europa

Curso de especialización

Inteligencia de Mercados y Comportamiento del Consumidor

El curso constituye un curso integral de 30 horas académicas que combina fundamentos teóricos del comportamiento del consumidor con aplicaciones prácticas de investigación de mercados en el contexto empresarial peruano. El diseño curricular responde a la creciente necesidad de profesionales capacitados en transformar datos en insights estratégicos, particularmente relevante en un entorno de sobrecarga informativa y rápida evolución de los patrones de consumo.

¿A quién va dirigido?

A egresados de Marketing, Administración, Psicología, Sociología y carreras afines, que busquen especializarse en investigación de mercados, análisis del consumidor y desarrollo de estrategias comerciales basadas en insights.

¿Cuál es el objetivo del curso?

Desarrollar competencias especializadas en inteligencia de mercados y análisis del comportamiento del consumidor para generar insights estratégicos mediante la aplicación de metodologías de investigación avanzadas y herramientas de análisis de datos.

Certificación

La Dirección de Educación Continua otorgará un certificado de la Universidad César Vallejo, respaldado por blockchain, a los participantes que asistan y aprueben con una nota igual o superior a 14.

Temario

Tema 1

Fundamentos de Inteligencia de Mercados

Tema 2

Neuromarketing y Psicología del Consumidor

Tema 3

Analítica Avanzada y Segmentación

Tema 4

Tendencias y Cultura del Consumidor

Tema 5

Aplicación Estratégica e Informes

Metodología

El curso se desarrollará en modalidad virtual, mediante las plataformas Trilce y Blackboard. Se utilizarán recursos didácticos como materiales de lectura, videos explicativos, casos prácticos, asesorías, ejercicios de aplicación, foros de discusión, entre otros.

Requisitos de admisión

- Copia simple del documento de identidad (pasaporte o DNI).
- Conocimientos básicos en análisis de datos.
- Conocimientos en investigación de mercados básica.
- Conocimientos en psicología del consumidor.

Términos y condiciones:

El área de Educación Continua se reserva el derecho de realizar cambios en la malla, reprogramación de cursos, programas de especialización y diplomados en caso no se cubra con el número mínimo de participantes, así como cambios de docentes según su disponibilidad y horarios.

Duración:

5 semanas

Horario síncrono:

Martes y jueves de 7:00 p. m. a 9:30 p. m.

Horas:

30 horas

Modalidad:

100 % virtual, en vivo

Plataforma:

Zoom educativo, Trilce y Blackboard Ultra