

SMART RESEARCH

INFO GENERAL

Inicio: 20 de junio

Modalidad: Virtual

Horario: 6pm CST

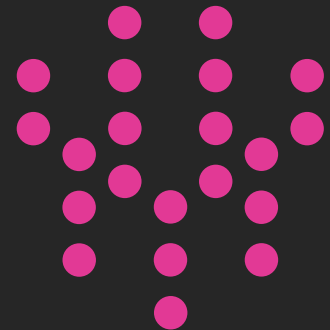
Duración: 6 Semanas

Carga Horaria: 24hs

Precio: \$349

EL CURSO

Este curso de Smart Research está diseñado para promover la investigación de mercados orientada a diseñar estrategias con alto índice de efectividad. El contenido ofrece el balance entre la visión estratégica y el conocimiento técnico de idoneidad científica de una investigación. En éste se abordará el diseño, planificación y ejecución de Scientific Methods And Research Techniques (SMART), cuyos resultados accionables generan pensamiento crítico en los equipos al proporcionar un enfoque del problema desde un ángulo distinto, impactando las decisiones de la organización.



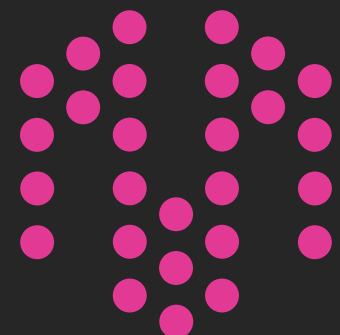
APLICACIONES

Este curso de SMART Research está dirigido a profesionales que forman equipos de trabajo dinámicos y que quieran conocer en qué consiste la investigación y cómo llegar a resultados como insumo para la planificación estratégica, especialmente orientada al conocimiento del consumidor.

Un investigador es: - Curioso por lo que hace la gente y en cómo lo hace - Detallista y analítico frente un problema desde distintos ángulos - Pragmático y lógico para aplicar soluciones - Hábil con las cifras - Preciso al cuestionar y hacer preguntas incómodas.

OBJETIVOS

- Desarrollar la capacidad para comprender el problema de negocio y orientar las metodologías de investigación cualitativas y cuantitativas idóneas.
- Entender los principios del diseño, planificación y ejecución de una investigación de mercado.
- Generar capacidades de análisis para el desarrollo de estrategias y accionables a partir de resultados de investigación de mercado.



TEMARIO Y CRONOGRAMA

- 20-JUL** ● **CLASE 1 - Introducción al Smart Research**
- ¿Por qué es Smart Research? - Cambio de concepción de la investigación tradicional.
- 27-JUL** ● **CLASE 2 - Herramientas digitales de investigación.**
- Medios existentes - Herramientas de exploración
- 3-AGO** ● **CLASE 3 - Evolución del cualitativo digital.**
- ¿Cómo obtener insights? - Metodologías tradicionales evolucionadas - Soluciones Creativas
- 10-AGO** ● **CLASE 4 - La psicología y el Smart Research**
- Técnicas proyectivas aplicadas a la investigación - Terapia de Juego - Visualización Guiada y registros de diarios.
- 12-AGO** ● **CLASE 5 - ¿Qué hacer con los resultados?**
- Activación de resultados - ¿Cómo seguir explorando información? - ¿Conexión de información con negocio?
- 17-AGO** ● **CLASE 6 - El mundo del cuantitativo y el marketing 1**
- ¿Por qué debo contar? - Segmentación del consumidor
- 19-AGO** ● **CLASE 7 - El mundo del cuantitativo y el marketing 2**
- Testing del concepto y producto - Salud de marca - Optimización de precios
- 24-AGO** ● **CLASE 8 - Trabajo Final**
El participante tendrá la oportunidad de desarrollar una investigación de mercado dirigida y llevar acciones a su entorno profesional. Este consiste en la implementación por parte del estudiante de una investigación de mercado, donde aprenderá a delimitar los alcances y objetivos, utilizar el conocimiento aprendido para desarrollar el tipo de metodología idónea, y así llevar su propio conocimiento del negocio a estrategias concretas.

KATHERINE SERRANO

Market Research Project Manager at UNIMER

Profesora de Smart Research

Esteban Mora es, por formación, Ingeniero de Sistemas. Saltó al desarrollo web al poco tiempo de conocer el mundo de Internet y en el año 2001 abrió "Mis viejos amigos", la primera red social en Costa Rica.

A pesar de que eran años donde la conexión a Internet se hacía vía teléfono logró alcanzar más de 80,000 personas registradas. La misma inercia del desarrollo web lo fue llevando hacia el mundo del Mercadeo Digital, donde se especializó en el análisis y la estrategia digital, que es realmente su fortaleza.

En 2011 fundó Web Mechanics, una pequeña empresa que trabaja con agencias digitales y de publicidad además de otros tipos de empresas, en el desarrollo de estrategias digitales que busquen alcanzar los objetivos de negocio. También ha incursionado, más como hobby que como negocio, en el estudio del componente digital dentro de la política electoral.



ESTE CURSO ES PARTE DE LA ESPECIALIZACIÓN:

DATA INTELLIGENCE

INFO GENERAL

Modalidad: Virtual

Duración: 18 Semanas

Carga Horaria: 72hs

Precio: \$897

SMART
RESEARCH

DATA
SCIENCE

SOCIAL LISTENING

PODÉS HACER ESTE CURSO INDIVIDUALMENTE, O COMO PARTE DE UNA CERTIFICACIÓN MAYOR.

LAVA
LIQUID LEARNING METHOD

TELÉFONO: 7161-9636

WHATSAPP: 6302-8668

MAIL: INFO@LAVA.CR