

**CURSO: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS ONLINE**



**el futuro  
que ya es presente**

Barcelona, 15 y 16 de Junio de 2011

## Objetivos el curso

El objetivo de este curso es profundizar sobre las técnicas de investigación de mercados específicas del ámbito online en un entorno dinámico que requiere la adaptación a los nuevos retos.

- ¿Qué se está haciendo en el ámbito online de la investigación de mercados?
- ¿Cómo se puede mejorar?
- ¿Qué diferencias hay respecto a la investigación tradicional?
- ¿Cómo están cambiando las nuevas relaciones profesionales?

## ¿A quién va dirigido?

Profesionales, estudiantes y docentes de investigación de mercados, Márketing y metodologías en ciencias sociales.

## Contenido

### Miércoles, 15 de Junio 2011

**10.00 a 10.30 h.**

#### INSCRIPCIÓN E INTRODUCCIÓN DEL CURSO

**10.30 a 12.00 h. Ana Junquera**

#### EL POR QUÉ DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS ONLINE

- Targets
- Tipos de estudios
- Ventajas y desventajas frente a otras metodologías
- Representatividad del internauta
- Buenas y malas prácticas (ESOMAR / AEDEMO)

**12.00 a 14.00 h. Ramón Viver**

#### ESTUDIOS CUANTITATIVOS ONLINE

Tipos de estudio más comunes en online:

- Estudios sobre innovación:
  - Test de concepto
  - Test de producto
  - Cocreación y generación de ideas
  - Estudios de base (U&A)
  - Precios
  - Shopper

**14.00 a 15.30 h. Comida organizada por AEDEMO en el hotel**

**15.30 a 17.30 h. Ricardo Cuéllar**

#### ESTUDIOS CUANTITATIVOS ONLINE

- Estudios sobre publicidad y marca:
  - Pre y postest
  - Tracking
  - Marca
  - Reputación corporativa
  - Promociones

**17.30 a 18.30 h. Pedro Nevado**

**ESTUDIOS CUANTITATIVOS ONLINE**

- Aplicación de la tecnología en este tipo de estudios
- Estudios sobre satisfacción de clientes
- Estudios B2B
- Estudios electorales

**18.30 a 19.30 h. Mireia San Nicolás**

- La voz de la marca

## **Jueves, 16 de Junio de 2011**

**9.00 a 11.00 h. Naroa Marcos**

**DISEÑO DE CUESTIONARIOS**

- El cuestionario autoadministrado:
  - Diseño
  - Especificidades
  - Errores
  - Herramientas
  
- Del papel a la pantalla
- El papel de la tecnología en el diseño
- Oportunidades
- Nuevos dispositivos:
  - PDA
  - SmartPhones
  - Adaptación de los cuestionarios

**11.00 a 12.00 h. Daniel Cunill**

**EL TRABAJO DE CAMPO**

- Programación de cuestionarios:
  - Nuevas tecnologías
- Tipos de captación de muestra
- Muestreos
- La captación online (directa)
- Bases de datos de clientes:
  - Seguridad / Confidencialidad
  - Tratamiento de la información
  - Buenas y malas prácticas

**12.00 a 13.00 h. Raúl Páramo**

**EL TRABAJO DE CAMPO**

- Paneles:
  - Medios de captación
  - Incentivación
  - Niveles de rotación
  - Frecuencia de contacto
  - Tasas de respuesta
  - Targets de baja penetración
  - Perfiles
  - Segmentaciones

**13.00 a 14.00 h. José Pellicer**

**EL TRABAJO DE CAMPO**

- Tratamiento de la información:
  - Lanzamiento de trabajo de campo
  - Depuración
  - Consistencias
  - Verificación
  - Exportación de los datos
  - Tratamiento de datos

**14.00 a 15.30 h. Comida organizada por AEDEMO en el hotel**

**15.30 a 16.30 h. Samy Abdelhay**

**EL TRABAJO DE CAMPO**

- Tipos de panel:
  - Población en general
  - Targets específicos:
    - Médicos
    - Niños
    - Profesionales
  - Paneles propiedad del cliente

**16.30 a 18.30 h. Ileana del Rio y Andrés González Llamas**

**ESTUDIOS CUALITATIVOS ONLINE**

- Entrevistas en profundidad
- Estudios etnográficos
- Grupos de discusión

**18.30 a 19.30 h. Lorenzo Brusattin**

**MONITORIZACIÓN DEL 'BUZZ'**

- Aplicación a la investigación de mercados
- Usos
- Precauciones

## **Profesorado**

**GRUPO DE TRABAJO**

**Lorenzo Brusattin**, Market Research Manager de ELOGIA y Profesor Asociado UNIVERSITAT POMPEU FABRA

**Miguel Cervantes**, Profesor de Márketing de la Universidad de León y Vocal del Área de Docencia de AEDEMO

**Ricardo Cuéllar**, Managing Account Consultant de MetrixLab España y Vocal del Área de Publicaciones de AEDEMO

**Silvia Roca**, Directora de Estudio Silvia Roca y Vocal del Área de Actividades de AEDEMO

## PROFESORADO

**Samy Abdelhay**, Director Comercial España de Research Now  
**Lorenzo Brusattin**, Market Research Manager de ELOGIA y Profesor Asociado UNIVERSITAT POMPEU FABRA  
**Ricardo Cuéllar**, Managing Account Consultant de METRIXLAB ESPAÑA  
**Daniel Cunill**, CEO Southern Europe de CINT AB  
**Andrés González Llamas**, Insighter manager de INSIGHT EXPERIENCE  
**Ana Junquera**, Socia Directora Técnica de EURUS ENCUESTAS-INTERNET  
**Naroa Marcos**, Account Director de MILLWARD BROWN SPAIN  
**Pedro Nevado**, Director Unidad Loyalty de IPSOS  
**Raúl Páramo**, Marketing Manager de NETQUEST  
**José Pellicer**, Director Técnico de ODEC  
**Ileana del Río**, Directora de Estudios Cualitativos de GfK EMER AD HOC RESEARCH  
**Mireia San Nicolás**, Market Research Manager Spain de GALLINA BLANCA STAR  
**Ramon Viver**, Director Consumer en TNS

## Duración del curso

El curso se compone de **17 horas** repartidas en **2 días**

## Fechas y horario

**15 de junio:** de 10.00 a 14.00 h. y de 15.30 a 19.30 h.  
**16 de junio:** de 9.00 a 14.00 h. y de 15.30 a 19.30 h.

## Lugar de celebración

**Barcelona. Hotel Alexandra**  
Mallorca, 251. 08008 Barcelona

## Cuota de inscripción

*(Poner una cruz en el casillero que corresponda)*

### ● Matrícula a satisfacer por participante:

- |  |                 |
|--|-----------------|
| <input type="checkbox"/> <b>Socios AEDEMO</b>    | 500 € + 18% IVA |
| <input type="checkbox"/> <b>No Socios AEDEMO</b> | 695 € + 18% IVA |

### \* PLAZAS LIMITADAS

Las plazas se reservarán por riguroso orden de recepción y **no se considerarán reservadas en firme hasta el recibo del pago de las mismas.**

## Información e inscripciones

**AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión)**

Entença, 332-334, 8º 5ª. 08029 Barcelona.

Tel. 93 - 363 10 50 Fax. 93 - 363 10 56

Http: //www.aedemo.es

e-mail: aedemo@aedemo.es