

Investigación de Mercados (*e-Research*)

Objetivos

- Conocer las principales técnicas de recogida de datos empleadas en el campo de la Investigación de Mercados.
- Comprender el instrumental analítico necesario y su adecuada utilización en el sector de la Investigación de Mercados *online*.
- Analizar las últimas tendencias en los métodos estadísticos y de aprendizaje automático para la extracción del conocimiento en bases de datos propias del Marketing Digital.

Contenidos

Aunque el análisis de datos en el Marketing Digital no es algo nuevo, el volumen, la variedad, la velocidad, la calidad, el formato, la veracidad y fuentes de información se han ido transformando en las últimas décadas.

Hoy en día, motivado por el crecimiento exponencial de los datos que generamos de un modo casi continuo, *zettabytes* de información, surge la necesidad de comprender el comportamiento que subyace detrás de esa enorme cantidad de datos.

En particular, la asignatura de Investigación de Mercados se centrará en las principales metodologías cualitativas y cuantitativas propias de dicho ámbito en relación a la búsqueda, recogida e interpretación de las bases de datos procedentes del área del Marketing Digital.

Asimismo, se abordarán las técnicas de análisis y minería de datos más relevantes en la disciplina del *e-Research* y las Redes Sociales mediante el uso de una de las herramientas informáticas de tratamiento estadístico más utilizadas por las empresas en este contexto.