

**MAESTRÍA EN
INVESTIGACIÓN
DE MERCADOS**

con mención en
Experiencia del Cliente

RPC-SO-30-No.695-2021

ORGANIZACIÓN CURRICULAR



MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- El proceso del marketing.
- Marketing estratégico y operativo.
- El proceso de la investigación de mercados.

CUSTOMER EXPERIENCE Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

- Tendencias de consumo.
- Comportamiento del consumidor.
- Tipos de compra y proceso.
- Customer experience.



INVESTIGACIÓN CUALITATIVA DE MERCADOS

- Bases de la investigación cualitativa.
- Evolución de la investigación cualitativa.
- Técnicas de la investigación cualitativa.
- Informes y resultados.

ESTADÍSTICA PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- Estadística descriptiva e inferencial.
- Muestreo probabilístico.
- Muestreo no probabilístico.
- Técnicas de análisis de datos.



**MAESTRÍA EN
INVESTIGACIÓN
DE MERCADOS**

con mención en
Experiencia del Cliente

RPC-SO-30-No.695-2021

ORGANIZACIÓN CURRICULAR



INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA DE MERCADOS

- La encuesta y el panel de consumidores.
- Tipos de encuesta.
- Diseño de cuestionarios y escalas de medición de actitudes.
- Técnicas de análisis de datos.

USER EXPERIENCE Y USER RESEARCH

- Fundamentos de user experience y user research.
- Diseño de interacción y usabilidad.
- Prototipado y pruebas con usuarios.
- Herramientas de diagnóstico.



NETNOGRAFÍA E INVESTIGACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES

- e-consumidores.
- Evolución de la etnografía digital.
- Importancia y aportes de la etnografía digital a la investigación de mercados.
- Técnicas de etnografía digital.

INTELIGENCIA DE NEGOCIOS Y BIG DATA

- Modelos de datos.
- Elementos básicos de inteligencia de negocios.
- Proyectos de inteligencia de negocios.
- Ciencia de datos, machine learning e inteligencia artificial.





UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

MAESTRÍA EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

con mención en
Experiencia del Cliente

RPC-SO-30-No.695-2021

ORGANIZACIÓN CURRICULAR



INFORMES Y VISUALIZACIÓN DE DATOS

- Importancia de los informes finales.
- Tipos y formatos de informes.
- Alternativas de visualización de datos.
- Técnicas de presentación.

ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

- Desafíos contemporáneos de la ética.
- Liderazgo personal.
- Investigación de mercados y cultura organizacional.
- Responsabilidad social empresarial.



PROYECTO DE TITULACIÓN

- Fuente de la información científica.
- Normas APA.
- Interpretación de datos.
- Elaboración de informe final.