

Diplomado en

Investigación de Mercados y Comportamiento del Consumidor



PRESENTACIÓN DEL DIPLOMADO

Este diplomado le proporcionará una introducción a algunos de los métodos en los campos emergentes de la neurociencia del consumidor y el neuromarketing. Aprenderá sobre los métodos empleados y lo que significan. Aprenderá sobre los mecanismos cerebrales básicos en la elección del consumidor y sobre cómo mantenerse actualizado sobre estos temas.

Se enfocará en el proceso de toma de decisiones del consumidor, destacando los momentos clave de la identificación de la necesidad de comprar y consumir un producto. Adoptará un verdadero “enfoque del consumidor” en sus decisiones gerenciales al analizar cómo los consumidores toman decisiones, lo que sucede (en sus corazones y sus mentes) en las diferentes etapas del proceso de toma de decisiones y las variables que influyen en esas decisiones.

¿QUÉ OBTENDRAS DE ESTE DIPLOMADO?

Los beneficios de estudiar el comportamiento del consumidor tienen una influencia significativa en las decisiones de marketing y relaciones públicas. Los estudios que se centran en los comportamientos de los consumidores proporcionan información importante y

una visión de lo que piensan los consumidores. Con estas ideas, las empresas de marketing y relaciones públicas pueden mejorar sus campañas de marketing particulares para conectarse con éxito con los consumidores.



Este diplomado corresponde con el curso MAR4503S Comportamiento del Consumidor

¿QUIÉN SE BENEFICIARÁ DEL DIPLOMADO?

Entender el comportamiento del consumidor es importante para cualquier organización antes de lanzar un producto. Si la organización no analiza cómo responderá un cliente a un producto en particular, la empresa enfrentará pérdidas. El comportamiento del consumidor es muy complejo porque cada consumidor tiene una mentalidad y una actitud diferentes hacia la compra, el consumo y la eliminación del producto. Comprender las teorías y los conceptos del comportamiento del consumidor ayuda a comercializar el producto o los servicios con éxito.

MODALIDAD

Modalidad: Presencial sabatina

Duración: 4 semanas

Requisitos: No se requiere formación o experiencia específica



OBJETIVOS

1. Comprender el concepto de conducta del consumidor
2. Aprender cómo el análisis del comportamiento del consumidor afecta a la estrategia de marketing
3. Entender como las nuevas tecnologías cambiaron el comportamiento del consumidor y el proceso de marketing
4. Entender los factores internos que influyen en el comportamiento del consumidor
5. Definir los factores externos que influyen en el comportamiento del consumidor
6. Aprender como la percepción afecta el comportamiento del consumidor
7. Describir como los consumidores investigan acerca de los productos que buscan
8. Conocer el proceso de evaluación y selección de productos y/o servicios
9. Aprender los pasos del proceso de decisión de compra
10. Entender el proceso de post-compra y sus resultados
11. Aprender cómo influir en la conducta del consumidor

KEISER
UNIVERSITY

EDUCACIÓN
CONTÍNUA