

- * Conceptos básicos, objetivos del estudio, análisis de la oferta y de la demanda, determinación de la población objetivo, proyecciones, indicadores básicos.
- * Fases del estudio de mercado, características del mercado y de los clientes
- * La investigación de mercado, técnicas de muestreo, instrumentos, trabajo de campo, recolección de información, interpretación de la información.
- * Manual práctico de investigación de mercado para productos agrarios
- * Procesamiento y análisis de datos. Informe final del estudio de mercado
- * Estudio de competidores, análisis del consumidor, proveedores, sistema de distribución, productos sustitutos. Plan de marketing.
- * Procedimientos. Diagnóstico, marco regulatorio, serie histórica, radiografía interna. Estrategias. Estudio de mercado interno y externo.
- * Guía de elaboración del estudio de mercado. Tarea de ejercicio.
- * Estudio de mercado para productos agrarios en diversos países

ESTUDIO DE MERCADO