

Praktische Ausbildung Management von Marktforschung und -Techniken



tech



tech

Praktische Ausbildung
Management von Marktforschung
und -Techniken

Index

01

Einführung

Seite 4

02

Warum diese Praktische
Ausbildung absolvieren?

Seite 6

03

Ziele

Seite 8

04

Planung des Unterrichts

Seite 10

05

Wo kann ich die Praktische
Ausbildung absolvieren?

Seite 12

06

Allgemeine Bedingungen

Seite 16

07

Qualifizierung

Seite 18

01 Einführung

Der Erfolg eines Unternehmens hängt in den meisten Fällen von der umfassenden Kenntnis des Marktes ab, auf dem es tätig werden will. Die Kenntnis der Merkmale des Zielpublikums und des Umfelds kann den Unterschied zwischen einem Projekt mit großartigen Ergebnissen und einem Projekt, das nicht einmal seine niedrigsten Ziele erreicht, ausmachen. Aus diesem Grund ist das Führungsprofil einer Fachkraft, die die Techniken der Marktforschung und der Markterkennung beherrscht, zu einem der gefragtesten für Unternehmen aller Art geworden, weshalb TECH es für notwendig erachtet hat, dieses äußerst praktische Programm anzubieten, mit dem die Studenten ihre Fähigkeiten in einem realen Umfeld vervollkommen und die Führungsqualitäten eines Experten in diesem Bereich erwerben können.



Entwickeln Sie Ihr volles Potenzial während 3 Wochen in einem Unternehmensumfeld mit großen Experten der Marktforschung“.





Eine Disziplin, die für den Erfolg des Unternehmens so wichtig ist, muss jeden Tag studiert werden, um neue Chancen und Möglichkeiten zu prüfen, die zur Erreichung der Ziele beitragen. Die Marktforschung ermöglicht es, die Wege zu definieren, auf denen man den Weg des Unternehmens beschreiten kann, ohne Zeit und Ressourcen zu verschwenden. Die Anwendung wissenschaftlicher und messbarer Methoden, die genaue Ergebnisse liefern, um Entscheidungen für neue Projekte oder deren Umgestaltung zu treffen, ermöglicht es, präzise und effizient zu sein.

TECH, die stets an der Spitze der Hochschulbildung steht, hat diesen innovativen Lernraum konzipiert, in dem die Studenten die Vorteile einer Karriere als Leiter für Marktforschung und -technik bewerten können, ein auf dem heutigen Arbeitsmarkt sehr gefragtes Profil.

Es handelt sich um eine 3-wöchige Erfahrung, bei der die Studenten Teil eines angesehenen Unternehmens auf internationaler Ebene werden. So können sie Seite an Seite mit Fachleuten aus der Branche arbeiten und sich aktiv an den verschiedenen Projekten beteiligen, die in dieser Zeit entwickelt werden. Auf diese Weise können sie nicht nur die modernsten und effektivsten Techniken in ihrer Praxis anwenden, sondern auch ihre Fähigkeiten durch die Absolvierung von 150 Stunden Berufspraktika unter Beweis stellen.

02

Warum diese Praktische Ausbildung absolvieren?

Marktforschung ist vor und während der Entwicklung eines Unternehmensprojekts von großer Bedeutung, denn wer seine Verbraucher genau kennt, ihre Verhaltensweisen und Nutzungsgewohnheiten, neue Trends und Bedürfnisse, kann Produkte entwickeln, die alle Wünsche seiner Verbraucher erfüllen. Dieses von TECH entwickelte Produkt entspricht genau den Bedürfnissen aller Fachleute, die ihren Beruf im Bereich der Forschung und Anwendung von Marketingtechniken erweitern möchten. Daher enthält es einen 100% praktischen Lehrplan, um verschiedene Aktivitäten in einem modernen Geschäftsumfeld auf direktem Wege zu entwickeln. Während drei intensiver Wochen werden sie in ein multidisziplinäres Team in einem internationalen oder nationalen Geschäftsumfeld integriert, wo sie neue Kenntnisse über fortgeschrittene Instrumente und Möglichkeiten zur beruflichen Verbesserung erwerben.



Dieses einzigartige Programm mit praktischem Inhalt wird es Ihnen ermöglichen, Marktforschungstechniken in einem modernen organisatorischen Umfeld anzuwenden und Vorschläge auf der Grundlage der gewonnenen Erfahrungen zu entwickeln“

1. Aktualisierung basierend auf der neuesten verfügbaren Technologie

Das Aufkommen des Internets eröffnete die Möglichkeit der massenhaften Datenerfassung und -analyse, wodurch die Marktforschung komplexer wurde. Gleichzeitig bot sich aber auch die Gelegenheit, dank der fortschrittlichen Systeme präzisere Leitlinien zu erstellen. Mit diesem Praktikum werden sich die Studenten dieser Realität bewusst und sind in der Lage, jede Aufgabe effektiv zu meistern, um sie in ihrem Arbeitsumfeld effizient anzuwenden.

2. Auf die Erfahrung der besten Spezialisten zurückgreifen

Das große Team von Fachkräften, das den Spezialisten während der gesamten Praxiszeit begleitet, stellt eine erstklassige Gewähr und eine beispiellose Aktualisierungsgarantie dar. Mit einem speziell ernannten Tutor kann der Student echte Experten in einem hochmodernen Umfeld sehen, was es ihm ermöglicht, die wirksamsten und modernsten Marktforschungsverfahren und -techniken in seine tägliche Praxis zu integrieren.

3. Einstieg in erstklassige Geschäftsumgebungen

TECH wählt alle verfügbaren Zentren für die Praktische Ausbildung sorgfältig aus. Dadurch wird der Spezialist Zugang zu einem modernen Arbeitsumfeld im Bereich der Marktforschung erhalten. Experten auf diesem Gebiet werden ihre Erfahrungen mit ihm teilen und ein wesentlicher Teil des Lernprozesses sein, den er machen wird.



4. Das Gelernte von Anfang an in die tägliche Praxis umsetzen

Dieses Programm wurde mit dem Ziel entwickelt, die Studenten in die Lage zu versetzen, ihr Wissen vom ersten Moment an anzuwenden, damit sie das Beste aus den drei Wochen Praktikum machen können. Aus diesem Grund wurde eine Reihe von Aktivitäten für die Funktion ihrer Rolle entwickelt, damit sie dank der Begleitung eines zugewiesenen Tutors Maßnahmen zur Verbesserung ihres beruflichen Profils ergreifen können.

5. Ausweitung der Grenzen des Wissens

TECH bietet die Möglichkeit, diese praktische Ausbildung nicht nur in Zentren von nationaler, sondern auch von internationaler Bedeutung zu absolvieren. Auf diese Weise kann die Fachkraft ihre Grenzen erweitern und mit den besten Fachleuten mithalten, die in erstklassigen Geschäftsumgebungen und auf verschiedenen Kontinenten tätig sind. Eine einzigartige Gelegenheit, die nur TECH bieten kann.



Sie werden in dem Zentrum Ihrer Wahl vollständig in die Praxis eintauchen"

03 Ziele

Dieser Studiengang wurde mit dem Hauptziel konzipiert, den Studenten die umfassendsten Kenntnisse über das Management und die Strategien von Unternehmen und Organisationen zu vermitteln, damit sie in der Lage sind, einen erfolgreichen Marketingplan entsprechend den verschiedenen Prozessen und Variabilitäten zu erstellen. Sie werden in der Lage sein, Markt- und Kundenmanagement in ihrer Praxis durch Forschung in dem Kontext, in dem sie tätig sind, umzusetzen, wobei sie die wirksamsten qualitativen und quantitativen Techniken im Detail kennen. Darüber hinaus werden sie die Analyse und Metrik im Internet sowie die Interpretation der Ergebnisse und deren Anwendung in verschiedenen Geschäftsprojekten beherrschen.



Allgemeine Ziele

- Beherrschen der neuesten Techniken, moderner wissenschaftlicher Postulate und der Anwendung von Spitzentechnologien in Marktforschungsprozessen
- Einbeziehen der Methoden, Ansätze und metrischen Analysen in die tägliche Arbeit, die notwendig sind, um die Effektivität der implementierten Strategien im Bereich Marketing und Kommunikation zu überprüfen
- Kennen des spezifischen Ansatzes und der häufigen Fälle, die in der Marktforschungsumgebung auftreten, sowie der Anwendung fortschrittlicher Kommunikationstechniken
- Handhaben der wirksamsten Instrumente, die in einem modernen Unternehmensumfeld eingesetzt werden, um Leitlinien für die Marktforschung festzulegen





Spezifische Ziele

- Definieren der neuen Entwicklungen in der Unternehmensführung
- Erstellen eines Plans zur Entwicklung und Verbesserung der persönlichen und unternehmerischen Fähigkeiten
- Entwickeln von Strategien zur Entscheidungsfindung in einem komplexen und instabilen Umfeld
- Entwickeln eines Marketingplans für das Unternehmen
- Identifizieren der Arten von Marktforschung und Kennen der für das Unternehmen am besten geeigneten Methoden
- Entwickeln der wichtigsten Techniken der Marktforschung
- In der Lage sein, die für unser Unternehmen am besten geeignete Marktforschungstechnik zu definieren
- Kennen und Anwenden der wichtigsten digitalen Tools für Marktanalysen und -metriken
- Kennen der wichtigsten quantitativen und qualitativen Instrumente für diese Forschung kennen
- Erwerben von Management- und Führungskompetenzen
- Kennen der verschiedenen Marktsegmente und Analysieren der Segmente, auf die sich das Unternehmen konzentrieren sollte
- Wissen, wie man Konkurrenten identifiziert und Strategien entwickelt, um sich von ihnen zu unterscheiden
- Verwenden von Marketingtechniken, um einen guten Ruf für das Unternehmen zu erlangen
- In der Lage sein, Forschungsprojekte zu verwalten und zu leiten
- Wissen, wie man Feldarbeit durchführt
- Analysieren der erzielten Ergebnisse und Erarbeiten von Schlussfolgerungen, die für das Unternehmen nützlich sind

04

Planung des Unterrichts

Mit der Entscheidung für dieses Programm wollten TECH und ihr Expertenteam dem Studenten eine weitere Möglichkeit bieten, sich beruflich weiterzuentwickeln und gleichzeitig seine Möglichkeiten für die Zukunft zu erweitern. Zu diesem Zweck haben sie beschlossen, ein äußerst praktisches Praktikum in einem renommierten Zentrum durchzuführen, das sich über drei Wochen erstreckt und 120 Stunden umfasst, wobei der Student von Montag bis Freitag an aufeinanderfolgenden 8-Stunden-Tagen im Unternehmen tätig sein wird.

In diesem Praktikum zielen die Aktivitäten auf die Entwicklung und Vervollkommnung der Fähigkeiten ab, die für die Erbringung von Tätigkeiten im Zusammenhang mit dem Management von Marktforschung und -techniken erforderlich sind, und die sich auf die spezifische Ausbildung für die Ausübung des Berufs beziehen, mit einer hohen Arbeitsleistung.

Es handelt sich also um eine einmalige Gelegenheit, die Fähigkeiten und Fertigkeiten mit einem Team von Experten zu verbessern, das dafür sorgt, dass er ein möglichst breites und spezialisiertes Wissen erwirbt. Auf diese Weise wird er in der Lage sein, sein berufliches Profil zu schärfen und die wirksamsten und innovativsten Managementstrategien in seiner Praxis umzusetzen, indem er seine Qualitäten an die aktuellen Anforderungen des Wirtschaftssektors anpasst.

Der praktische Unterricht erfolgt unter aktiver Beteiligung des Studenten, der die Tätigkeiten und Verfahren jedes Kompetenzbereichs ausführt (lernen, zu lernen und zu tun), unter Begleitung und Anleitung der Dozenten und anderer Ausbildungskollegen, die die Teamarbeit und die multidisziplinäre Integration als transversale Kompetenzen für die Praxis des technischen und investigativen Marktmanagements fördern (lernen, zu sein und lernen, mit anderen in Beziehung zu treten).

Die im Folgenden beschriebenen Verfahren bilden die Grundlage für den praktischen Teil der Ausbildung. Ihre Durchführung hängt von der Verfügbarkeit und Arbeitsbelastung des Zentrums ab:



Lassen Sie sich in einem Unternehmen weiterbilden, das Ihnen all diese Möglichkeiten bietet, mit einem innovativen akademischen Programm und einem menschlichen Team, das in der Lage ist, Sie maximal zu fördern“



Modul	Praktische Tätigkeit
Management und Strategie von Unternehmen oder Organisationen	Planen der Strategie und des organisatorischen Aufbaus eines Marktforschungsumfelds
	Anwenden von Unternehmens- und Technologiestrategien zur Verbesserung der Arbeitsabläufe des Teams
	Planen von Strategien für digitales Marketing und Inbound Marketing
	Entwickeln eines Marketing-Mix-Plans, der Produkt, Preis, Vertrieb und Kommunikation umfasst
	Implementieren eines Werbe-Kommunikationsplans, der Marketing- oder Merchandising-Elemente als Werbeinstrument integriert
	Verstärken des Brandings des Unternehmens durch verschiedene Maßnahmen, die auf die Marktanalyse ausgerichtet sind.
Markt- und Kundenmanagement	Verwalten einer Marketing-Datenbank mit Markt- und Kundeninformationen
	Organisieren einer umfassenden Marktforschung, basierend auf Zielen und Schlüsselfaktoren
	Ausführen eines Marktforschungsplans mit Zielen, Zeitvorgaben und einem festgelegten Budget
	Durchführen von Brainstorming und anderen kreativen Techniken zur Auswertung von qualitativen Forschungsergebnissen
	Anwenden von NeuroMarketing-Techniken bei der täglichen Planung
	Durchführen von Umfragen über verschiedene Medien zur Datenerhebung
Erstellung von Marktforschung	Entwerfen von Fragebögen zur Erhebung und Erforschung von Märkten im Internet
	Durchführen von Stichproben, wobei zwischen Wahrscheinlichkeits- und Nicht-Wahrscheinlichkeitsstichproben unterschieden wird
	Analysieren des zu verwendenden Skripts und der Art des Interviews je nach der durchzuführenden Studie
	Erstellen von Briefings mit visualisierten Daten, die die verfolgten Ziele hervorheben
	Verwalten von sozialen Medien und Web 2.0-Plattformen als weiteres Element des Marktforschungs- und Studienplans
	Ausarbeiten von Produkttests und Markttests mit Anwendung in der quantitativen Forschung
Analysieren von Marktforschungsergebnissen	Verwalten der digitalen Analytik von Google Analytics, Konfigurieren des Kontos und Erstellen maßgeschneiderter Berichte
	Analysieren wichtiger digitaler Metriken, um Ziele zu steuern und KPIs zu messen
	Analysieren der Ergebnisse verschiedener Studien mit bivariaten und multivariaten Methoden der Abhängigkeit und Interdependenz
	Erstellen eines Ergebnisberichts auf der Grundlage der durchgeführten Untersuchungen
	Verwalten von Machbarkeitsstudien in bestimmten Märkten

05 Wo kann ich die Praktische Ausbildung absolvieren?

TECH unterzieht die Unternehmen, die sich bei ihr bewerben, einer anspruchsvollen und umfassenden Qualitätskontrolle, mit der festgestellt werden kann, ob die Einrichtung eine absolut lohnende und zufriedenstellende Erfahrung im Hinblick auf die berufliche Entwicklung des Studenten garantieren kann. Aus diesem Grund gehören die Zentren, mit denen sie schließlich zusammenarbeitet, zu den Spitzenreitern ihres Sektors und ermöglichen es den Studenten, ihre Fähigkeiten durch aktive Teilnahme an den Projekten, die während ihres Praktikums entwickelt werden, zu vervollkommen.



Sie sind nur wenige Wochen davon entfernt, durch aktive Arbeit in einem renommierten Unternehmen mit einem Team von Fachleuten, die sich mit Forschungsmanagement und Markttechniken auskennen, Spitzenleistungen zu erzielen“





Der Student kann diese Ausbildung in den folgenden Zentren absolvieren:



Wirtschaftsschule

Web Experto

Land	Stadt
Argentinien	Santa Fe

Adresse: Lamadrid 470 Nave 1 1° piso Oficina
17, Rosario, Santa Fe

Unternehmen für digitales Management und
Weborientierung

Verwandte Praktische Ausbildungen:

- MBA in Kaufmännisches und Vertriebsmanagement
- MBA in Digitales Marketing



Wirtschaftsschule

Gaming Partners

Land	Stadt
Mexiko	Mexiko-Stadt

Adresse: Poniente 75 Col. 16 de septiembre
Alcaldía Miguel Hidalgo

Unternehmen, das auf Marketing, Gaming und die
Entwicklung von Videospiele spezialisiert ist

Verwandte Praktische Ausbildungen:

- Personalmanagement
- MBA in Kaufmännisches und Vertriebsmanagement



Wirtschaftsschule

Coppel

Land	Stadt
Mexiko	Sinaloa

Adresse: República 2855 Los Alamos, Col. Recursos
Hidráulicos 80105 Culiacán Rosales, Sinaloa

Auf Finanzdienstleistungen und Beratung spezialisiertes
Unternehmen

Verwandte Praktische Ausbildungen:

- MBA in Digitales Marketing
- Grafikdesign





Grupo Fórmula

Land	Stadt
Mexiko	Mexiko-Stadt

Adresse: Cda. San Isidro 44, Reforma Soc, Miguel Hidalgo, 11650 Ciudad de México, CDMX

Führendes Unternehmen für multimediale Kommunikation und Inhaltserstellung

Verwandte Praktische Ausbildungen:

- Grafikdesign
- Personalmanagement



Nutzen Sie die Gelegenheit, sich mit Fachleuten zu umgeben und von ihrer Arbeitsmethodik zu lernen"

06 Allgemeine Bedingungen

Zivile Haftpflichtversicherung

Das Hauptanliegen dieser Einrichtung ist es, die Sicherheit sowohl der Fachkräfte im Praktikum als auch der anderen am Praktikum beteiligten Personen im Unternehmen zu gewährleisten. Zu den Maßnahmen, mit denen dies erreicht werden soll, gehört auch die Reaktion auf Zwischenfälle, die während des gesamten Lehr- und Lernprozesses auftreten können.

Zu diesem Zweck verpflichtet sich diese Bildungseinrichtung, eine Haftpflichtversicherung abzuschließen, die alle Eventualitäten abdeckt, die während des Aufenthalts im Praktikumszentrum auftreten können.

Diese Haftpflichtversicherung für die Fachkräfte im Praktikum hat eine umfassende Deckung und wird vor Beginn der Praktischen Ausbildung abgeschlossen. Auf diese Weise muss sich der Berufstätige keine Sorgen machen, wenn er mit einer unerwarteten Situation konfrontiert wird, und ist bis zum Ende des praktischen Programms in der Einrichtung abgesichert



Allgemeine Bedingungen der Praktischen Ausbildung

Die allgemeinen Bedingungen des Praktikumsvertrags für das Programm lauten wie folgt:

1. BETREUUNG: Während der Praktischen Ausbildung werden dem Studenten zwei Tutoren zugeteilt, die ihn während des gesamten Prozesses begleiten und alle Zweifel und Fragen klären, die auftauchen können. Einerseits gibt es einen professionellen Tutor des Praktikumszentrums, der die Aufgabe hat, den Studenten zu jeder Zeit zu begleiten und zu unterstützen. Andererseits wird dem Studenten auch ein akademischer Tutor zugewiesen, dessen Aufgabe es ist, den Studenten während des gesamten Prozesses zu koordinieren und zu unterstützen, Zweifel zu beseitigen und ihm alles zu erleichtern, was er braucht. Auf diese Weise wird die Fachkraft begleitet und kann alle Fragen stellen, die sie hat, sowohl praktischer als auch akademischer Natur.

2. DAUER: Das Praktikumsprogramm umfasst drei zusammenhängende Wochen praktischer Ausbildung in 8-Stunden-Tagen an fünf Tagen pro Woche. Die Anwesenheitstage und der Stundenplan liegen in der Verantwortung des Zentrums und die Fachkraft wird rechtzeitig darüber informiert, damit sie sich organisieren kann.

3. NICHTERSCHEINEN: Bei Nichterscheinen am Tag des Beginns der Praktischen Ausbildung verliert der Student den Anspruch auf diese ohne die Möglichkeit einer Rückerstattung oder der Änderung der Daten. Eine Abwesenheit von mehr als zwei Tagen vom Praktikum ohne gerechtfertigten/medizinischen Grund führt zum Rücktritt vom Praktikum und damit zu seiner automatischen Beendigung. Jedes Problem, das im Laufe des Praktikums auftritt, muss dem akademischen Tutor ordnungsgemäß und dringend mitgeteilt werden.

4. ZERTIFIZIERUNG: Der Student, der die Praktische Ausbildung bestanden hat, erhält ein Zertifikat, das den Aufenthalt in dem betreffenden Zentrum bestätigt.

5. ARBEITSVERHÄLTNIS: Die Praktische Ausbildung begründet kein Arbeitsverhältnis irgendeiner Art.

6. VORBILDUNG: Einige Zentren können für die Teilnahme an der Praktischen Ausbildung eine Bescheinigung über ein vorheriges Studium verlangen. In diesen Fällen muss sie der TECH-Praktikumsabteilung vorgelegt werden, damit die Zuweisung des gewählten Zentrums bestätigt werden kann.

7. NICHT INBEGRIFFEN: Die Praktische Ausbildung beinhaltet keine Elemente, die nicht in diesen Bedingungen beschrieben sind. Daher sind Unterkunft, Transport in die Stadt, in der das Praktikum stattfindet, Visa oder andere nicht beschriebene Leistungen nicht inbegriffen.

Der Student kann sich jedoch an seinen akademischen Tutor wenden, wenn er Fragen hat oder Empfehlungen in dieser Hinsicht erhalten möchte. Dieser wird ihm alle notwendigen Informationen geben, um die Verfahren zu erleichtern.

07 Qualifizierung

Dieser **Praktische Ausbildung in Management von Marktforschung und -Techniken** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Praktische Ausbildung in Management von Marktforschung und -Techniken**

Dauer: **3 Wochen**

Anwesenheit: **Montag bis Freitag, 8-Stunden-Schichten**



tech

Praktische Ausbildung
Management von Marktforschung
und -Techniken

Praktische Ausbildung Management von Marktforschung und -Techniken

A photograph of two men in business attire sitting at a desk. One man is pointing at a laptop screen while the other looks on. The image is partially obscured by a diagonal white and blue overlay.

tech