



Inicio	Tech	Programas	patrocinio	namimg	Multimedia	marketing online y digital	marketing directo o promocional	Formación	Eventos
Entrevistas	Empleo	creatividad	Consumerismo	Concursos	branding	branded content	Blogs	Anunciantes	Agencias

## “Nuevas Tendencias En Investigación Y Marketing” Novedad Editorial De ESIC Con Investigadores De ESIC Y Del Instituto GfK.

Por:

| 26 septiembre, 2012 | En: Archivo Consumidores y EstudiosNombramientos, Convocatorias y Adjudicaciones Noticias



“Nuevas tendencias en investigación y marketing”, es el fruto de la colaboración entre profesores de investigación de mercados de ESIC y profesionales del Instituto de Investigación GfK, en tres tendencias de la investigación de mercados y el marketing. Rosa Pascual, Managing Director de GfK en España ha prologado en el libro y ha sido coordinado por María Jesús Merino Sanz. Doctora en Economía de la Empresa por la URJC, y como profesora de investigación de mercados, conducta del consumidor e introducción al marketing. Dirige el departamento de Investigación de Mercados de ESIC. Es autora de diversos libros y artículos sobre marketing, comunicación e investigación de mercados. Estefanía Yagüez es Licenciada en CC. Económicas y Empresariales (especialidad Economía Cuantitativa) por la Universidad Complutense de Madrid y Postgrado en Economía por la Universidad de Leeds (UK). Actualmente es responsable de la división de Gran Consumo en GfK, donde ha trabajado los últimos doce años. Es miembro del Comité de Dirección de la Asociación Española de Marketing y profesora del EMBA en ESIC. Para Natividad Buceta. Directora general de la Asociación de Marketing de España, “este libro es fruto de la colaboración de profesores de investigación de mercados de ESIC y profesionales del Instituto de Investigación GfK, de su conocimiento académico y experiencia profesional para analizar las últimas tendencias en investigación de mercados y marketing, y está en el ámbito de la tan deseada colaboración universidad-empresa. Detalla en profundidad los aspectos metodológicos esenciales para conocer al nuevo consumidor”.

El libro destaca las tendencias en investigación:

- No preguntes, observa: La técnica de “hacer preguntas y obtener respuesta”, ya no es válida para determinados objetivos de investigación. Siendo los procesos de información y las fuentes que intervienen en la toma de decisión tan complejos, no se obtienen respuestas muy fieles a la realidad si sólo se hacen preguntas. No porque el entrevistado mienta, sino porque le será imposible recordar el proceso y contárnoslo. El neuromarketing, así como muchas de las nuevas técnicas de investigación online suponen un avance en esa dirección ya que no dependen del recuerdo del entrevistado.
- No des datos, cuéntame qué significan para mi negocio. Ante la abundancia de información, cada vez importará menos el proceso de investigación y más los resultados y el análisis que se haga de ellos. Se trata de dar sentido y coherencia a los datos —múltiples, difusos, contradictorios— usando la técnica de comunicación más antigua de la humanidad: el relato.
- No describas lo que ha pasado, muéstrame el futuro. Para anticipar el futuro es necesario fomentar una cultura altamente disciplinada en la recogida y análisis de datos: estandarizar, modelizar, comparar, proyectar y compartir conocimiento, han de ser tareas rutinarias que permitan una toma de decisiones basada en la evidencia. El boom actual del marketing analítico y la medición del ROI, es una respuesta a esta necesidad.







#### Síguenos!



Twitter



Facebook



RSS Feed



Vimeo

#### Últimas noticias

El salto de Baumgartner desde la estratosfera da a Teledeporte el 'minuto de oro' de los canales temáticos en domingo: 4.323.000 espectadores y 27,8%, según TVE.

15 octubre, 2012

QUISMA, WPP, presenta su campaña "Los 10 Mandamientos", del marketing de resultados online, el éxito en campañas de marketing online.

15 octubre, 2012

#### Sobre el programa

El programa de la publicidad presenta las noticias más relevantes sobre el mundo de la publicidad, la comunicación y el marketing. En su 11º año de emisión, el programa cuenta con una newsletter de envío diario (todos los días laborables), una página en facebook y un perfil en twitter.

#### A mano...

[Archivo](#)

[Anunciarse aquí](#)

[boletín](#)

[sobre el programa](#)

[Contactar](#)

[Nota legal](#)

[Mapa web](#)

[Archivo de encuestas](#)