



MÁSTER EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

MÓDULO II. ANÁLISIS DE MERCADO

2019-2020



I. Identificación del Módulo

Tipo	OBLIGATORIA
Periodo de impartición	1 trimestre
Idioma en que se imparte	Castellano
Horas	28 hrs. 7 encuentros de 4hr

II. Presentación

Comprender el comportamiento y las tendencias de los consumidores y usuarios será fundamental para que el emprendedor identifique su propuesta de valor. En este módulo se realizará un análisis del entorno, utilizando los modelos más comunes en el ecosistema emprendedor.

En la actualidad, entender el mercado y dar respuesta a sus necesidades puntuales representa un reto y una ventaja competitiva para aquellos emprendedores que apuestan por resolver estos problemas con innovación y calidad.

La dinámica actual del ecosistema emprendedor obliga a los protagonistas a realizar estudios de mercados complejos en corto tiempo, para identificar las oportunidades de creación de valor, de rentabilidad y escalabilidad de su proyecto.

III. Competencias Genéricas y Específicas

- Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución del mercado
- Capacidad de tomar decisiones
- Creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor
- Aprendizaje autónomo.
- Ser capaz de llevar a cabo la planificación de marketing estratégico.
- Ser capaz de tomar decisiones estratégicas de negocio y de marketing en ámbitos de actividad específicos.
- Ser capaz de analizar las oportunidades del entorno y establecer parámetros claros de los sectores, segmentos y nichos del mercado
- Reconocer el valor de la idea de negocio

IV. Contenidos

1. Definiendo nuestro modelo de negocio. El modelo Business Model Canvas.
2. Las bases del sistema de Análisis de Mercados.
3. Analizando el entorno.



4. Identificando recursos, ventajas y desventajas competitivas.
5. Análisis DAFO con decisiones estratégicas.
6. Diseñando proyectos de análisis de mercados.
7. Técnicas de Investigación cualitativa (I).
8. Técnicas de Investigación cuantitativa.
9. Herramientas online de investigación de mercados.

10. Análisis de la competencia: El benchmarking
11. Segmentando el mercado y definiendo nuestro posicionamiento
12. Identificando el posicionamiento de productos.
13. Experimentando y mejorando nuestra idea de negocio.

V. Evaluación.

- Nivel de participación y proactividad en las sesiones.
- Presentaciones, casos y trabajos realizados individualmente o en grupo.