

Curso Superior de Experto en Geomarketing



INTRODUCCIÓN

El Curso Superior de Experto en Geomarketing, permitirá al alumno introducirse en el mundo del geomarketing y en el conocimiento de las aplicaciones de los Sistemas de Información Geográfica (SIG) a los estudios de mercado, sentando las bases estadísticas necesarias en el marketing geográfico mediante la Geoestadística e introduciendo diversos ejemplos y casos prácticos con el fin de conocer la potencialidad de las aplicaciones SIG a los estudios de marketing.

El Curso Superior de Experto en Geomarketing consta de 3 módulos diferenciados que pueden realizarse de manera independiente, pensados en un aprendizaje escalado y continuo, por lo que se aconseja realizar en su totalidad para disponer de todos los conocimientos teóricos-prácticos que te permitan lograr los objetivos del curso y llegar a ser un experto en Geomarketing.

- **Módulo 1:** Geoestadística descriptiva aplicada al geomarketing
- **Módulo 2:** Geomarketing aplicado: Aplicaciones SIG para los estudios de mercado
- **Módulo 3:** Geomarketing avanzado

OBJETIVOS

Algunos de los objetivos que se trabajan en el curso son:

- Revisar los fundamentos de la estadística descriptiva aplicados a las variables del territorio.
- Conocer herramientas para entender la estructura de los datos.
- Aplicar casos prácticos relacionados con el geomarketing y la demografía
- Conocer la importancia de los SIG en los estudios de mercado.
- Planificar y gestionar información geoespacial en un Sistema de Información Geográfica.
- Normalizar direcciones postales a través de un SIG.
- Conocer y aplicar el concepto de Geolocalización y Geocodificación.
- Desarrollar campañas de buzoneo.
- Determinar estrategias de mercado.
- Estudiar la mejor toma de decisiones empresariales en la gestión comercial.
- Aplicar el geomarketing en diferentes sectores.
- Conocer estrategias de geomarketing aplicadas a casos prácticos procedentes del mundo de la distribución comercial.
- Determinar áreas de influencia.
- Desarrollar el concepto de canibalización.
- Aprender a trabajar con la extensión Network Analyst de Esri.

DIRIGIDO A

Diplomados, licenciados y profesionales de cualquier área o disciplina relacionada que quieran conocer las técnicas de geomarketing y descubrir esta nueva filosofía de gestión de la información geoespacial.

OFERTAS

- -20% Socios
- -15% Partners
- -10% Desempleados, autónomos, funcionarios, estudiantes, minusválidos y extranjeros.
- -5% Grupos >5
- -5% Matriculación en 2 cursos simultáneamente.

Tramitamos la **bonificación** de su curso **hasta del 100%** a través de la Fundación Tripartita.

Si ud. es un trabajador por cuenta ajena en una empresa que tributa en España, puede beneficiarse de las bonificaciones de la Fundación Tripartita, accediendo a la formación ofertada en Geoinnova. Nosotros, como entidad organizadora afiliada a la Fund. Tripartita, le gestionamos **GRATUITAMENTE** todos los trámites necesarios para que ud. pueda bonificarse el curso.

Formación
100%
Bonificada



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo
El FSE invierte en tu futuro



Fundación Tripartita
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

DOCENTES

- Sonia Aguirre Sanz**
Ingeniera en Geodesia y Cartografía
- Juan Antonio García González**
Doctor en Geografía y ordenación del Territorio
- Alejandro Dimas Pagés**
Ingeniero en Geodesia y Cartografía

DATOS GENERALES

- Modalidad On line
- Precio: 450 € Completo
 - 180 € el Módulo
- Carga lectiva: 120 h.
- Campus On line de Geoinnova Formación
- Consultar fechas en la web



INSCRÍBETE AQUÍ

<http://geoinnova.org/cursos/cursos-geomarketing-curso-superior-de-experto-en-geomarketing-2>

REQUISITOS

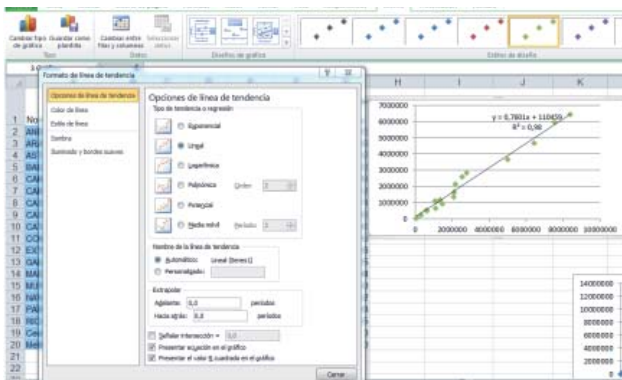
- Es necesario tener conocimientos de ArcGIS y GVSIG
- El software no se encuentra incluido en el precio del curso. Por favor, asegúrate de disponer de una licencia de ArcGIS con la que manejarás en el curso. De esta manera no perderás tiempo en su instalación y podrás empezar lo antes posible. En caso de no disponer de una licencia póngase en contacto con nosotros y le informaremos de cómo conseguir una licencia de estudiante anual a precios reducidos.

MÓDULO 1 - GEOESTADÍSTICA DESCRIPTIVA APLICADA AL GEOMARKETING

TEMA 1 - INTRODUCCIÓN A LA GEOESTADÍSTICA

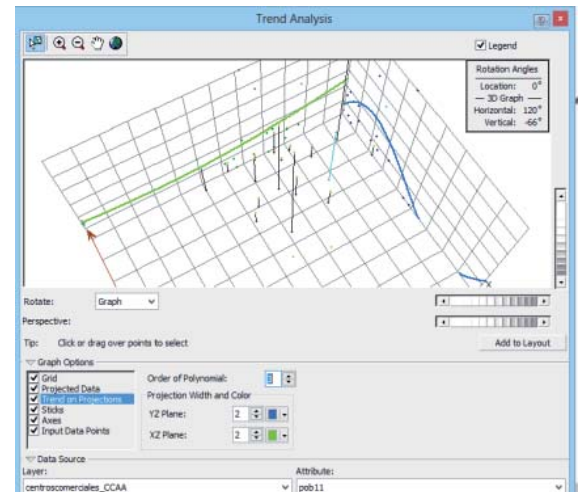
TEMA 2 - ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA LINEAL

1. Análisis monovariado
 - 1.1. Análisis de la distribución
 - 1.2. Curva de Lorenz
 - 1.3. Medidas de tendencia central
 - 1.4. Medidas de dispersión
2. Análisis bivariado
 - 2.1. Diagrama de dispersión
 - 2.2. Correlación
 - 2.3. Regresión



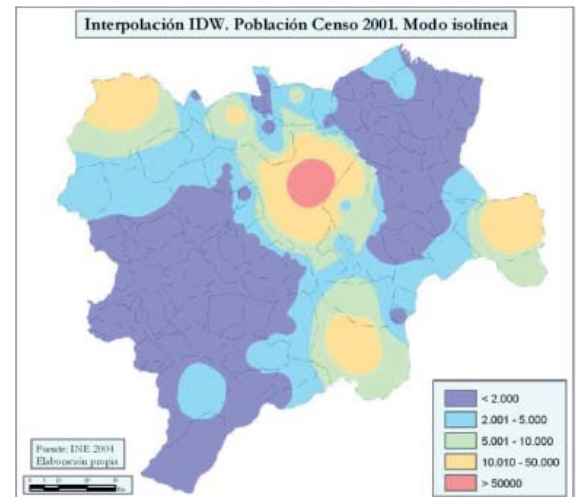
TEMA 3 - ESTADÍSTICA ESPACIAL

1. Geostatistical Analyst
 - 1.1. Simbolización de una capa
 - 1.2. Histograma
 - 1.3. Normal qqplot
 - 1.4. Trend Analyst
 - 1.5. QQPLOT
 - 1.6. Semivariograma/covariance
 - 1.7. Crossvariance cloud
2. Análisis geoestadístico de información espacial
 - 2.1. Análisis exploratorio de puntos
 - 2.2. Media geométrica
 - 2.3. Desviación típica de las distancias
 - 2.4. Análisis del vecino más próximo
 - 2.5. Mapa de densidad de puntos. Kernel
 - 2.6. Correlación espacial. Índice de Moran
3. La estimación espacial
 - 3.1. Polígonos de Thiessen voronoy
 - 3.2. La interpolación



TEMA 4 - CONSULTAS ESPACIALES Y TEMÁTICAS

1. Funciones de vecindad. Análisis Buffer
2. Consultas temáticas. Índices de especialización
 - 2.1. Índice de semejanza
 - 2.2. Índice de excedente de trabajadores
 - 2.3. Índice de Nelson
 - 2.4. Índice de Sargent-Florence



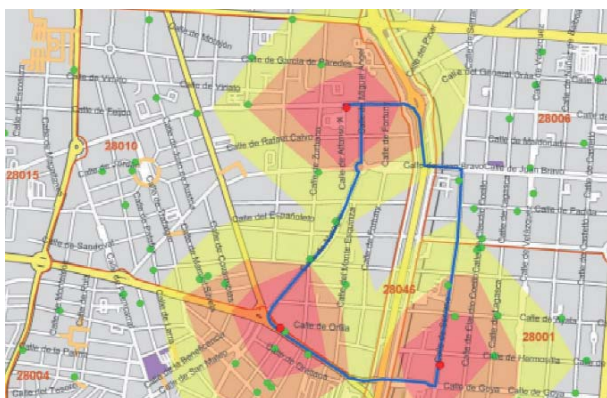
TEMA 5 - BIBLIOGRAFÍA

TEMA 6 - DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA

MÓDULO 2 - GEOMARKETING APLICADO: APLICACIONES SIG PARA ESTUDIOS DE MERCADO

TEMA 1 - INTRODUCCIÓN AL GEOMARKETING

1. Conceptos básicos de marketing
2. Importancia de la localización en el marketing
3. ¿Qué es geomarketing?
 - 3.1. Aplicaciones
4. Fuentes de información
 - 4.1. Fuentes de información internas
 - 4.2. Fuentes de información externas
 - 4.3. Fuentes de información cartográficas
5. Pasos básicos a seguir en un estudio de geomarketing
6. Caso práctico



TEMA 2 – TRABAJANDO CON INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

1. Fuentes de información censales
 - 1.1. Censos de población y vivienda
2. Fuentes de información estadística basada en encuestas
 - 2.1. Instituto Nacional de Estadística
3. CENSUS HUB
4. Tipologías
 - 4.1. Prizm
 - 4.2. Mosaic
5. Base geográfica de la información estadística: sistema NUTS y LAU
6. Caso práctico: estudio de caja

TEMA 3- EL GEOMARKETING Y LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA

1. Los sistemas de información geográfica
 - 1.1. Concepto y estructura
 - 1.2. Aplicación en el mundo del marketing
2. Beneficios del sig en geomarketing
 - 2.1. Análisis geográfico del mercado
 - 2.2. Planificación y gestión de una red de establecimientos
 - 2.3. Logística y Transporte
 - 2.4. Planificación, ejecución y control de campañas de comunicación

TEMA 4- HERRAMIENTAS PARA EL TRATAMIENTO Y CUALIFICAIÓN DE LOS DATOS

1. Base de datos geomarketing
2. Herramientas de normalización de direcciones postales
3. Deduplicación
4. Caso práctico

TEMA 5- MODELIZACIÓN DEL ESCENARIO: GEOLOCALIZACIÓN Y GEOCODIFICACIÓN

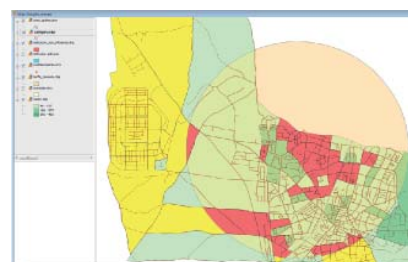
1. Georreferenciación
2. La geolocalización y las nuevas tecnologías
3. Geocodificación de direcciones postales
4. Herramientas para geocodificación
5. Caso práctico

TEMA 6. CAMPAÑAS DE BUZONEO

1. Análisis del perfil cliente y territorios de venta.
2. Cómo afrontar una campaña de buzoneo.
3. Cálculo de zonas aptas para campaña publicitaria.

TEMA 7 - BIBLIOGRAFÍA

TEMA 8 - DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA



MÓDULO 3 - GEOMARKETING AVANZADO

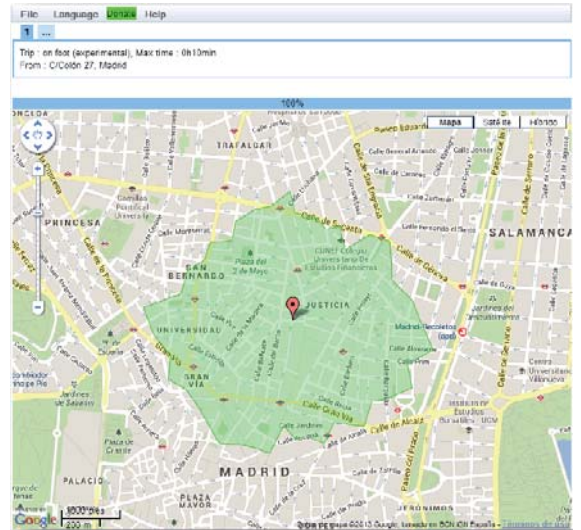
TEMA 1- ESTUDIOS DE MERCADO

1. Marketing analítico
 - 1.1. CRM
 - 1.2. Marketing directo
 - 1.3. Upselling y cross selling
 - 1.4. Criterios de segmentación
 - 1.5. ROI
2. Investigación de mercados
 - 2.1. Estrategias de mercado
 - 2.2. BC2: Business to Consumer



TEMA 2- APLICACIONES DIRECTAS EN LA TOMA DE DECISIONES

1. Áreas de influencia
 - 1.1. Determinación de áreas de influencia mediante SIG de escritorio: gvSIG, QGIS y ArcGIS
 - 1.2. Isocronas
2. Canibalización
3. Análisis cluster
4. Flujos peatonales y rutas óptimas
 - 4.1. Flujos de tráfico
 - 4.2. Rutas óptimas



TEMA 3. HERRAMIENTA NETWORK ANALYST – CASOS PRÁCTICOS

1. Introducción
2. Trabajando con Data Set de Red
3. Cálculo de áreas de servicio
4. Ubicaciones óptimas para nuevas aperturas comerciales
5. Determinar rutas óptimas



TEMA 4. GEOMARKETING EN OTROS SECTORES

1. Geomarketing en el sector público
2. Geomarketing en el ámbito financiero
3. Optimización de la logística comercial
4. Google como herramienta de Geomarketing

TEMA 5 - BIBLIOGRAFÍA

Formación E-learning (on line). El estudiante tendrá **acceso las 24h.** del día, a la plataforma tecnológica que Geoinnova pone a su disposición y desde la cual podrá seguir adecuadamente el desarrollo del curso.

Desde la plataforma tendrá acceso a todos los contenidos del mismo y disponer de los recursos y canales de contacto necesarios, con docentes, compañeros y la coordinación técnica de Geoinnova.

El docente hará un seguimiento personalizado de los avances del estudiante sobre el programa del curso, estableciéndose puntos de control mediante videoconferencias individualizadas

Garantizamos las respuestas en menos de 24h.

- Manuales en PDF con ilustraciones de todos los procesos, ejercicios y actividades.
- Videotutoriales
- Autoevaluaciones
- Ejercicios prácticos
- Software complementario
- Descuentos en tus próximos cursos en Geoinnova Formación.

Todos nuestros cursos están Certificados por la Asociación Geoinnova.

El estudiante que supere los requisitos de evaluación recibirá un Diploma con el Certificado de Aprovechamiento acreditado.



GEOINNOVA FORMACIÓN:

 <http://geoinnova.org/cursos>

 formacion@geoinnova.org

 **960 964 241**

 <http://geoinnova.org/blog-territorio>



Curso Superior de Experto en Geomarketing

