



TERCEROS TALLERES EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

**Los talleres tendrán lugar en el
Hotel Camino Real México
los días 26 y 27 de abril de 2001.**

La Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI) ha organizado sus terceros talleres, cuyo objetivo es mostrar a los participantes distintas técnicas vanguardistas aplicadas por los expertos más reconocidos en nuestro país.

El enfoque de los mismos es absolutamente práctico, en donde se definirán conceptualmente los métodos, se darán las técnicas y se comentarán ejemplos de la vida diaria aplicados al tema. Cada taller tendrá tres horas de duración.

En esta ocasión tenemos el orgullo de contar con ocho diferentes exposiciones conducidas por profesionales de primer nivel en el área.

**Cierre de
inscripciones
viernes 20 de abril**

Para realizar su pago puede dirigirse a Homero No. 223, 2o. piso, Col. Polanco entre Francisco Petrarca y Taine, de 9:00 a 15:00 y de 16:00 a 18:00 horas, de lunes a viernes.

Los participantes foráneos, favor de efectuar su pago depositando el importe correspondiente a la cuenta 001-1245956-6 de la sucursal 123 de Bancomer a favor de AMAI, A.C. y enviarnos por fax la ficha de depósito.

Tenemos un cupo limitado de treinta personas por taller, por lo que te pedimos reservas con toda anticipación mandando por fax tu solicitud de pre-inscripción al número: 5254-4210. Para mayores informes comunícate a los teléfonos: 5250-8936 / 5250-2107 / 5545-1465 E-mail amai@amai.org

Evaluación de Conceptos mediante Estudios Cualitativos: Consideraciones especiales a tener en cuenta

AIDA SILVA

Director General de Toschi

Jueves 26 de abril

De 7:30 a 10:30 horas
De 15:00 a 18:00 horas

Análisis por Correspondencias Simples (Simple Correspondence Analysis)

FABIÁN HERNÁNDEZ

Director General de Millward Brown

Jueves 26 de abril

De 7:30 a 10:30 horas
De 15:00 a 18:00 horas

Principales Diseños y Pruebas Estadísticas utilizadas en Investigación de Mercados

JAVIER ALAGÓN

Director General de Estadística Aplicada

Jueves 26 de abril

De 10:45 a 13:45 horas
De 18:15 a 21:15 horas

Cómo hacer Investigación Cualitativa y no Cuantificar en el Intento

GABRIELA DE LA RIVA

Director General de De la Riva Investigación Estratégica

Jueves 26 de abril

De 10:45 a 13:45 horas
De 18:15 a 21:15 horas

Niveles Socioeconómicos AMAI Concepto y Aplicación

ADRIÁN VILLEGAS

Socio director Pulso Mercadológico

Viernes 27 de Abril

De 7:30 a 10:30 horas
De 15:00 a 18:00 horas

Investigación de Mercados por Internet. Creación de un Panel y Perspectivas

MANUEL BARBERENA

Director General de Pearson

Viernes 27 de Abril

De 7:30 a 10:30 horas
De 15:00 a 18:00 horas

La Investigación crea Mercados, no responde a el

IAN REIDER

Director General de Gallup México

Viernes 27 de Abril

De 10:45 a 13:45 horas
De 18:15 a 21:15 horas

Satisfacción del Cliente

RAFAEL VALENCIA

Director General de Tendencias Industriales Grupo Segmenta

Viernes 27 de Abril

De 10:45 a 13:45 horas
De 18:15 a 21:15 horas

¿Cuánto cuestan?

Si tomas 1 ó 2 cursos \$1,100 cada uno + I.V.A.

Si tomas 3 ó 4 cursos \$1,000 cada uno + I.V.A.

Si tomas 5 ó 6 cursos \$ 900 cada uno + I.V.A.

Si tomas 7 u 8 cursos \$ 800 cada uno + I.V.A.