



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE  
DEL ÉXITO**

# Guía del Curso

## Perito Judicial en Marketing e Investigación de Mercados

---

Modalidad de realización del curso: [A distancia y Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

---

### OBJETIVOS

Si quiere especializarse en al función de perito judicial en el área del marketing e investigación de mercados este es su momento, con el Curso de Perito Judicial en Marketing e Investigación de Mercados podrá adquirir los conocimientos esenciales para desempeñar esta labor con éxito. Este curso le capacita para el libre ejercicio del Perito Judicial en Marketing e Investigación de Mercados en procesos judiciales de ámbito civil, laboral o penal, así como para trabajar por cuenta ajena. Este Curso de Perito Judicial contiene todo lo necesario para poder ejercer como Perito Judicial, desarrollando con éxito esta actividad, además una vez obtenido el diploma va a poder tramitar el alta en los Juzgados que él designe. Este curso de Perito Judicial incluye toda la legislación actual en el mundo del Peritaje.

### CONTENIDOS

#### PARTE 1. PERITO JUDICIAL

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PERITACIÓN Y TASACIÓN

1. Delimitación de los términos peritaje y tasación
2. La peritación
3. La tasación pericial

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. NORMATIVA BÁSICA NACIONAL

1. Ley Orgánica 6/1985, de 1 de julio, del Poder Judicial
2. Ley 1/2000, de 7 de enero, de Enjuiciamiento Civil
3. Ley de Enjuiciamiento Criminal, de 1882
4. Ley 1/1996, de 10 de enero, de Asistencia Jurídica Gratuita

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS PRUEBAS JUDICIALES Y EXTRAJUDICIALES

1. Concepto de prueba
2. Medios de prueba
3. Clases de pruebas
4. Principales ámbitos de actuación
5. Momento en que se solicita la prueba pericial
6. Práctica de la prueba

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. LOS PERITOS

1. Concepto
2. Clases de perito judicial
3. Procedimiento para la designación de peritos
4. Condiciones que debe reunir un perito
5. Control de la imparcialidad de peritos
6. Honorarios de los peritos

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL RECONOCIMIENTO PERICIAL

1. El reconocimiento pericial
2. El examen pericial
3. Los dictámenes e informes periciales judiciales
4. Valoración de la prueba pericial
5. Actuación de los peritos en el juicio o vista

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. LEGISLACIÓN REFERENTE A LA PRÁCTICA DE LA PROFESIÓN EN LOS TRIBUNALES

1. Funcionamiento y legislación
2. El código deontológico del Perito Judicial

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA RESPONSABILIDAD

1. La responsabilidad
2. Distintos tipos de responsabilidad
3. El seguro de responsabilidad civil

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. ELABORACIÓN DEL DICTAMEN PERICIAL

1. Características generales y estructura básica
2. Las exigencias del dictamen pericial
3. Orientaciones para la presentación del dictamen pericial

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. VALORACIÓN DE LA PRUEBA PERICIAL

1. Valoración de la prueba judicial
2. Valoración de la prueba pericial por Jueces y Tribunales

## UNIDAD DIDÁCTICA 10. PERITACIONES

1. La peritación médico-legal
2. Peritaciones psicológicas
3. Peritajes informáticos
4. Peritaciones inmobiliarias

## PARTE 2. MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

### MÓDULO 1. PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE MERCADOS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

1. Objetivos de la investigación de mercados
2. Las fuentes de información
3. Preparación de información, de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de investigación
4. Las variables objeto de la investigación de mercados y la demanda de información
5. Fases de la investigación de mercados

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE MUESTREO

1. Conceptos clave de las técnicas de muestreo: población, universo y muestra
2. Fases del proceso de muestreo
3. Tipos de muestreo
4. Cálculo del tamaño de la muestra
5. Errores atribuibles al muestreo
6. Descripción de unidades muestrales

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESUPUESTO Y COSTE DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

1. Tipos de investigación y costes
2. Los cálculos de los costes de la investigación
3. La elaboración del presupuesto: hojas de cálculo
4. Presentación de presupuestos al cliente
5. Control del presupuesto de la investigación

## MÓDULO 2. EXPERTO EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MERCADOS

### UNIDAD FORMATIVA 1. EXPERTO EN ENTORNO E INFORMACIÓN DE MERCADOS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS (SIM)

1. Definición y funciones del SIM
2. Componentes del SIM
3. Diferencias entre el SIM y la investigación comercial

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO DEL

## MARKETING

1. El entorno macroeconomico
2. El entorno demografico
3. El entorno cultural
4. El entorno político
5. El entorno legal
6. El entorno tecnológico
7. El entorno medioambiental

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO DEL MARKETING

1. El mercado
2. Componentes del microentorno

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. SELECCIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN DE MERCADOS

1. Tipología de la información de mercados
2. Descripción y características de los principales sistemas de obtención de información primaria cualitativa
3. Descripción y características de los principales sistemas de obtención de información primaria cuantitativa:
4. Fuentes de información secundaria sobre mercados nacionales e internacionales
5. Procedimientos para cumplir los criterios en la selección de las fuentes y datos de información

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN Y ARCHIVO DE LA INFORMACIÓN DE MERCADOS

1. Aplicaciones informáticas para la gestión y archivo de la información de mercados
2. Bases de datos
3. Utilización de soportes informáticos para el almacenamiento de datos

## UNIDAD FORMATIVA 2. EXPERTO EN INVESTIGACIÓN Y RECOGIDA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

1. Concepto y alcance
2. El papel de la investigación de mercados en el SIM (Sistema de Información de Mercados)
3. Etapas de la investigación de mercados

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCEDIMIENTOS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN PRIMARIA

1. Tipos de procedimiento: la entrevista en profundidad y la observación
2. Proceso de organización y ejecución de entrevistas en profundidad
3. La observación

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA ENCUESTA

1. Concepto y características
2. Clases de encuestas
3. Consideraciones previas a la realización de encuestas
4. Fases de ejecución de la encuesta

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CUESTIONARIO

1. Concepto y utilidad
2. Estructura del cuestionario
3. Tipos de preguntas de un cuestionario
4. Pautas para la elaboración de preguntas
5. Proceso de evaluación del cuestionario

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL MUESTREO

1. Concepto y alcance
2. El proceso de diseño de la muestra
3. Técnicas de muestreo no probabilístico
4. Técnicas de muestreo probabilístico

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

1. Variables a considerar en la planificación del trabajo de campo
2. El papel de los encuestadores en el desarrollo del trabajo de campo

## MÓDULO 3. EXPERTO EN PLAN E INFORMES DE MARKETING INTERNACIONAL

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL

1. El plan de marketing como instrumento de planificación y control de la actividad comercial internacional
2. Análisis de la situación
3. Diagnóstico: análisis DAFO
4. Establecimiento de los objetivos del marketing
5. Principales decisiones sobre el establecimiento de estrategias internacionales

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN OPERATIVO Y ACCIONES DE MARKETING INTERNACIONAL

1. El plan de acción de marketing
2. Asignación presupuestaria de las acciones de marketing
3. El control del plan de marketing
4. Herramientas informáticas para la organización y planificación de marketing internacional:

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. BRIEFING DE PRODUCTOS Y/O MARCAS EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

1. Concepto y funciones del briefing en el marketing
2. Determinación de los objetivos del briefing
3. La elección de la estructura del briefing
4. Como realizar un briefing
5. La presentación del briefing

## PARTE 3. LEGISLACIÓN NACIONAL APLICABLE AL SECTOR DEL PERITAJE



C/ San Lorenzo 2 - 2  
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476  
Fax: 951 987 941



[www.academiaintegral.com.es](http://www.academiaintegral.com.es)  
E-mail: [info@academiaintegral.com.es](mailto:info@academiaintegral.com.es)