

Tratamiento y análisis de la información de mercados

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Adquirir las habilidades profesionales necesarias para aplicar técnicas estadísticas de tratamiento de datos a la información disponible en el SIM para facilitar su análisis, interpretación y posterior presentación en informes comerciales, así como elaborar informes a partir de la información gestionada por el SIM para su transmisión en los soportes informáticos y/o físicos adecuados y por los canales establecidos.

Contenidos:

1. Codificación y tabulación de datos e información de mercados. 1.1. Objeto de la codificación y tabulación de datos. 1.2. Trabajos previos a la codificación y tabulación de datos: 1.2.1. Edición de datos. 1.2.2. Limpieza de datos: verificación de rangos y consistencia. 1.3. Elaboración de un código maestro. 1.3.1. Codificación de respuestas sobre preguntas cerradas de respuesta única. 1.3.2. Codificación de respuestas sobre preguntas cerradas de respuesta múltiple. 1.3.3. Codificación de respuestas sobre preguntas abiertas. 1.3.4. Utilización de hojas de cálculo para la creación de tablas de doble entrada para el registro de los datos. 1.4. Tabulación de datos. 1.4.1. Distribución de frecuencias. 1.4.2. Tabulación unidireccional. 1.4.3. Tabulación cruzada.
2. Análisis estadístico de la información de mercados. 2.1. Análisis descriptivo. 2.1.1. Medidas de posición: media, moda, mediana, media y cuantiles. 2.1.2. Medidas de dispersión: rango muestral, varianza, desviación típica, coeficiente de variación de Pearson. 2.2. Probabilidad. 2.2.1. Sucesos y experimentos aleatorios. 2.2.2. Frecuencia y probabilidad. 2.2.3. Probabilidad de sucesos condicionados y dependencia de sucesos. 2.2.4. Regla de Bayes. 2.2.5. Principales distribuciones de probabilidad. 2.3. Inferencia estadística. 2.3.1. Concepto de inferencia. 2.3.2. Estimación puntual. 2.3.3. Estimación por intervalos. 2.3.4. Contraste de hipótesis. 2.4. Análisis estadístico bivalente: 2.4.1. Tablas de

La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



contingencia. 2.4.2. Contraste de independencia entre variables. 2.4.3. Regresión. 2.4.4. Covarianza. 2.4.5. Correlación. 2.5. Introducción al análisis multivariante en la investigación de mercados. 2.5.1. Alcance del análisis multivariante. 2.5.2. Descripción y aplicaciones de los métodos de análisis de dependencia cuantitativa y cualitativa. 2.5.3. Descripción y aplicaciones de los métodos de análisis de interdependencia. 2.6. Utilización de programas informáticos para el análisis estadístico en la investigación de mercados. 2.6.1. Herramientas de análisis estadístico en hojas de cálculo. 2.6.2. Software específico para el tratamiento estadístico de datos

3. Informes y presentaciones comerciales de la información de mercados. 3.1. Informes comerciales. 3.1.1. Diseño preliminar del informe: Identificación necesidades, objetivos, elección del tipo de informe adecuado y elaboración de un esquema inicial. 3.1.2. Estructura del informe. 3.1.3. Recomendaciones prácticas para la planificación y elaboración de informes. 3.1.4. Utilización de herramientas para la generación de gráficos en hojas de cálculo y procesadores de texto. 3.2. Presentaciones orales. 3.2.1. Organización del trabajo de presentación. 3.2.2. Actitudes adecuadas para las presentaciones orales. 3.2.3. Utilización de recursos informáticos y audiovisuales para presentaciones orales

