

La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



Metodologías de Análisis para la Investigación de Mercados

Modalidad:

e-learning con una duración 84 horas

Objetivos:

- Diseñar bases de datos relacionales básicas y no complejas, de acuerdo con los objetivos de la investigación.
- Analizar las utilidades de las aplicaciones informáticas de gestión de bases de datos determinando los formatos más adecuados para la introducción, recuperación y presentación de la información con rapidez y precisión.
- Aplicar técnicas de análisis estadístico a los datos obtenidos de las encuestas, entrevistas o dinámicas de grupo, utilizando aplicaciones informáticas.

Contenidos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS Y TRATAMIENTO DE DATOS EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Tipos de datos e información obtenida de la investigación de mercados
Técnicas de análisis de información cuantitativa y cualitativa
Representación de datos
Aplicaciones informáticas aplicadas al tratamiento de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE ANÁLISIS ESTADÍSTICO APLICABLE A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Estadística descriptiva básica
Técnicas de regresión lineal y correlación simple
Técnicas de regresión y correlación múltiple
Series temporales



La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



Métodos de estimación de tendencias
Técnicas de análisis probabilístico
Análisis factorial
Análisis cluster
Aplicaciones informáticas aplicadas a la investigación de mercados

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BASES DE DATOS APLICABLES A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Estructura y funciones de las bases de datos
Gestión de bases de datos para la investigación de mercados

