

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

