



UNIÓN EUROPEA

Fondo Social Europeo
El FSE invierte en tu futuro

Cámara
de Comercio de España

Cámara
Málaga



Ayuntamiento
de Málaga

imfe

METODOLOGÍAS DE ANÁLISIS Y TIPOS DE ENCUESTA EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

CONTENIDOS:

METODOLOGÍAS DE ANÁLISIS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

UD1. Análisis y tratamiento de datos en la investigación de mercados.

- 1.1. Tipos de datos e información obtenida de la investigación de mercados.
- 1.2. Técnicas de análisis de información cuantitativa y cualitativa.
- 1.3. Representación de datos.
- 1.4. Aplicaciones informáticas aplicadas al tratamiento de datos.

UD2. Técnicas de análisis estadístico aplicable a la investigación de mercados.

- 2.1. Estadística descriptiva básica.
- 2.2. Técnicas de regresión lineal y correlación simple.
- 2.3. Técnicas de regresión y correlación múltiple.
- 2.4. Series temporales.
- 2.5. Métodos de estimación de tendencias.
- 2.6. Técnicas de análisis probabilístico.
- 2.7. Análisis factorial.
- 2.8. Análisis clúster.
- 2.9. Aplicaciones informáticas aplicadas a la investigación de mercados.

UD3. Bases de datos aplicables a la investigación de mercados.

- 3.1. Estructura y funciones de las bases de datos.
- 3.2. Gestión de bases de datos para la investigación de mercados.

MÉTODOS Y TIPOS DE ENCUESTA EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

UD1. Encuesta personal presencial.

UD2. La encuesta personal asistida por ordenador (CAPI).

UD3. El cuestionario.

UD4. Valoración de la encuesta personal.

UD5. Encuesta telefónica.

UD6. Encuestas en Internet.

UD7. Encuesta postal.