



Metodologías de análisis para la investigación de mercados

Sku: UF2125_V2

Horas: 90

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

Tema 1. 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.

Tema 2. 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.

Tema 3. 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.