



Análisis Estadístico De La Información De Mercados

Sku: CT2229

Horas: 38

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. Análisis descriptivo 1.1. Medidas de posición: media. moda. mediana. media y cuantiles 1.2. Medidas de dispersión: rango muestral. varianza. desviación típica. coeficiente de variación de Pearson 2. Probabilidad 2.1. Sucesos y experimentos aleatorios 2.2. Frecuencia y probabilidad 2.3. Probabilidad de sucesos condicionados y dependencia de sucesos 2.4. Regla de Bayes 2.5. Principales distribuciones de probabilidad 3. Inferencia estadística 3.1. Concepto de inferencia 3.2. Estimación puntual 3.3. Estimación por intervalos 3.4. Contrastes de hipótesis 4. Análisis estadístico bivalente 4.2. Contraste de independencia entre variables 4.3. Regresión 4.4. Covarianza 4.5. Correlación lineal 5. Introducción al análisis multivariante en la investigación de mercados. 5.1. Alcance del análisis multivariante 5.2. Descripción y aplicaciones de los métodos de análisis de dependencia cuantitativa y cualitativa 5.3. Descripción y aplicaciones de los métodos de análisis de interdependencia 6. Utilización de programas informáticos para el análisis estadístico en la investigación de mercados 6.1. Herramientas de análisis estadístico en hojas de cálculo 6.2. Software específico para el tratamiento estadístico de datos