



Técnicas de muestreo en la investigación de mercados

Sku: CT2568

Horas: 28

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. Conceptos clave de las técnicas de muestreo: población, universo y muestra.

2. Fases del proceso de muestreo.

- 2.1. Definición de la población objetivo.
- 2.2. Determinación del marco de la muestra.
- 2.3. Selección de la técnica de muestreo.
- 2.4. Cálculo del tamaño de la muestra.
- 2.5. Ejecución del proceso de muestreo.

3. Tipos de muestreo.

- 3.1. Muestreo probabilístico aleatorio.
- 3.2. Muestreo no aleatorio.
- 3.3. Estratificado.
- 3.4. Por conglomerados.
- 3.5. Muestreo no probabilístico, por conveniencia y por juicio (muestreo por cuotas).

4. Cálculo del tamaño de la muestra.

- 4.1. Condicionantes del tamaño de la muestra.
- 4.2. Cálculo mediante tablas, reconocimiento de las fórmulas estadísticas.

5. Errores atribuibles al muestreo.

- 5.1. Una muestra que no representa adecuadamente la realidad.
- 5.2. Métodos de determinación.

6. Descripción de unidades muestrales.

- 6.1. Criterios de inclusión y exclusión.
- 6.2. Criterios y cuotas de contacto.
- 6.3. Objetivos y tasa de respuesta.