METODOLOGÍAS DE ANÁLISIS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

SKU: EVOL-3434-VNO-A | **Categorías:** COMERCIO Y MARKETING, Marketing, Publicidad y Comunicación

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	100
Acreditado por Universidad	SI
Créditos ECTS	4

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

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

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.