

El muestreo en la investigación de mercados

Modalidad: curso e-Learning Duración: 11 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Describir y explicar las fases del proceso de diseño de la muestra para la organización de la toma de datos a través de encuestas
- Aplicar técnicas de muestreo probabilístico y no probabilístico sobre la población objeto de las encuestas programadas por el SIM.

CONTENIDOS

1. Concepto y alcance.
2. El proceso de diseño de la muestra.
3. Técnicas de muestreo no probabilístico.
4. Técnicas de muestreo probabilístico.