

Principios y reglas en la elaboración de estudios de mercado y opinión

Modalidad: curso e-Learning Duración: 11 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Extraer conclusiones relevantes para la elaboración del estudio de mercado y la toma de decisiones a partir del análisis de la información recogida en los procesos de investigación
- Determinar la estructura de un estudio de mercado explicando los principios y reglas a seguir en su elaboración.

CONTENIDOS

1. La investigación en España. Las normas de AEDEMO.
2. La investigación internacional. Las normas de ESOMAR.
3. Aplicaciones informáticas para la realización y presentación de datos e información obtenida en una investigación de mercados.
4. La presentación «on line» de los informes de investigación.