



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

MF0993_3 Organización de la Investigación de Mercados

Modalidad de realización del curso: [A distancia y Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

Este curso se ajusta a lo expuesto en el itinerario de aprendizaje perteneciente al Modulo Formativo MF0993_3 Organización de la Investigación de Mercados, regulada en el Real Decreto 614/2013, de 2 de Agosto, que permita al alumnado adquirir las competencias profesionales necesarias para preparar la información e instrumentos necesarios para la investigación de mercados.

CONTENIDOS

MÓDULO 1. ORGANIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

UNIDAD FORMATIVA 1. PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

1. Objetivos de la investigación de mercados
2. Las fuentes de información
3. Preparación de información, de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de la investigación
4. Las variables objeto de la investigación de mercados y la demanda de información
5. Fases de la investigación de mercados

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE MUESTREO

1. Conceptos clave de las técnicas de muestreo: población, universo y muestra
2. Fases del proceso de muestreo
3. Tipos de muestreo
4. Cálculo del tamaño de la muestra
5. Errores atribuibles al muestreo
6. Descripción de unidades muestrales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESUPUESTO Y COSTE DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

1. Tipos de investigación y costes
2. Los cálculos de los costes de la investigación
3. La elaboración del Presupuesto: hojas de cálculo
4. Presentación de presupuestos al cliente
5. El control del presupuesto de la investigación

UNIDAD FORMATIVA 2. DISEÑO DE ENCUESTAS Y CUESTIONARIOS DE INVESTIGACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TÉCNICAS Y MEDIOS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

1. Métodos de obtención de información secundaria
2. Motores de búsqueda y criterios de selección de fuentes de información secundaria
3. Métodos y técnicas de recogida de información primaria
4. Técnicas de investigación cuantitativa
5. Técnicas de investigación cualitativa
6. Tecnologías de información y comunicación aplicadas a la investigación de mercados, CAPI, CATI y CAWI
7. El papel de las nuevas tecnologías: calidad y rapidez en los datos
8. Normas ESOMAR y otros criterios normalizados y de buenas prácticas en las investigaciones de mercados y estudios de opinión
9. Simulación del proceso de recogida de información primaria. Caso práctico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO DE CUESTIONARIOS

1. Objetivos del cuestionario y cuaderno de trabajo
2. Elementos y estructura del cuestionario
3. Elaboración de cuestionarios
4. Pretest de los cuestionarios
5. El Argumentario
6. Tipología y clasificación de los cuestionarios según distintos criterios
7. Codificación de preguntas: Pre codificación y post codificación
8. Características de cuestionarios-tipos según los medios y tiempo disponible. Problemas y formas de resolución en el diseño de cuestionarios
9. Aplicaciones informáticas de diseño y ejecución de encuestas



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es