

Curso: Elaboración de Informes en Investigaciones y Estudios de Mercados

Familia Profesional: Comercio y marketing.

Modalidad: On-line (Teleformación).

Duración: 15 h.

Contenidos:

1. Informes de investigación y estudios de mercado

- 1.1 Elementos y estructura de un informe y estudio de mercado.
 - 1.1.1 La introducción y exposición de motivos
 - 1.1.2 El Informe directivo o de conclusiones
 - 1.1.3 Índice de contenidos
 - 1.1.4 Notas y referencias de las explicaciones del texto
 - 1.1.5 Los anexos del informe y su presentación efectiva
- 1.2 Técnicas de redacción del informe
 - 1.2.1 Las normas de estilo de la empresa de investigación en la redacción del
 - 1.2.2 El uso de conceptos y definiciones aclaratorias en el texto
- 1.3 Edición del informe, incorporación de gráficos al texto y soportes de imagen.
 - 1.3.1 Modelos de presentación de tablas de datos (univariados, de doble entrada). Datos marginales y datos cruzados
- 1.4 El fichero de investigación: la opción de entrega al cliente de los datos
 - 1.4.1 La concreción en la presentación de resultados y conclusiones
 - 1.4.2 La opinión del investigador sobre el objeto de estudio, ¿cuándo y cómo?
- 1.5 La estadística resultado de la investigación
 - 1.5.1 Fuentes secundarias utilizadas
- 1.6 El contenido de la ficha técnica de la investigación
- 1.7 Caso práctico de elaboración de un Informe y de una Ficha técnica de un estudio de mercado

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

- 2.1 La investigación en España. Las normas de AEDEMO
- 2.2 La investigación internacional. Las normas de ESOMAR
- 2.3 Aplicaciones informáticas para la realización y presentación de datos e información obtenida en una investigación de mercados.
- 2.4 La presentación «on line» de los informes de investigación