

## Elaboración de informes en investigaciones y estudios de mercados



**Área:** COMERCIO Y MARKETING

**Modalidad:** Teleformación

**Duración:** 30 h

**Precio:** 15.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

### CÓDIGO

UF2126

### CONTENIDOS

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 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 (univariantes, 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

####

## **UNIDAD DIDÁCTICA 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

## METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

## REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.  
No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.