

Tratamiento y análisis de la información de mercados (UF1781)

Tratamiento y análisis de la información de mercados (UF1781)

Duración: 60 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

1. Codificación y tabulación de datos e información de mercados.
1.1. Objeto de la codificación y tabulación de datos.
1.2. Trabajos previos a la codificación y tabulación de datos:
1.2.1. Edición de datos.
1.2.2. Limpieza de datos: verificación de rangos y consistencia.
1.3. Elaboración de un código maestro.
1.3.1. Codificación de respuestas sobre preguntas cerradas de respuesta única.
1.3.2. Codificación de respuestas sobre preguntas cerradas de respuesta múltiple.
1.3.3. Codificación de respuestas sobre preguntas abiertas.
1.3.4. Utilización de hojas de cálculo para la creación de tablas de doble entrada para el registro de los datos.
1.4. Tabulación de datos.
1.4.1. Distribución de frecuencias.
1.4.2. Tabulación unidireccional.
1.4.3. Tabulación cruzada.
2. Análisis estadístico de la información de mercados.
2.1. Análisis descriptivo.
2.1.1. Medidas de posición: media, moda, mediana, media y cuantiles.
2.1.2. Medidas de dispersión: rango muestral, varianza, desviación típica, coeficiente de variación de Pearson
2.2. Probabilidad.
2.2.1. Sucesos y experimentos aleatorios.
2.2.2. Frecuencia y probabilidad.
2.2.3. Probabilidad de sucesos condicionados y dependencia de sucesos.
2.2.4. Regla de Bayes.
2.2.5. Principales distribuciones de probabilidad.

© icaformación2026

2.3. Inferencia estadística.
2.3.1. Concepto de inferencia.
2.3.2. Estimación puntual.
2.3.3. Estimación por intervalos.
2.3.4. Contraste de hipótesis.
2.4. Análisis estadístico bivariante:
2.4.1. Tablas de contingencia.
2.4.2. Contraste de independencia entre variables.
2.4.3. Regresión.
2.4.4. Covarianza.
2.4.5. Correlación.
2.5. Introducción al análisis multivariante en la investigación de mercados.
2.5.1. Alcance del análisis multivariante.
2.5.2. Descripción y aplicaciones de los métodos de análisis de dependencia cuantitativa y cualitativa.
2.5.3. Descripción y aplicaciones de los métodos de análisis de interdependencia.
2.6. Utilización de programas informáticos para el análisis estadístico en la investigación de mercados.
2.6.1. Herramientas de análisis estadístico en hojas de cálculo.
2.6.2. Software específico para el tratamiento estadístico de datos
3. Informes y presentaciones comerciales de la información de mercados.
3.1. Informes comerciales.
3.1.1. Diseño preliminar del informe: Identificación necesidades, objetivos, elección del tipo de informe adecuado y elaboración de un esquema inicial.
3.1.2. Estructura del informe.
3.1.3. Recomendaciones prácticas para la planificación y elaboración de informes.
3.1.4. Utilización de herramientas para la generación de gráficos en hojas de cálculo y procesadores de texto.
3.2. Presentaciones orales.
3.2.1. Organización del trabajo de presentación.
3.2.2. Actitudes adecuadas para las presentaciones orales.
3.2.3. Utilización de recursos informáticos y audiovisuales para presentaciones orales

© icaformación2026