

# EL MUESTREO EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

criteria

Modalidad: curso e-Learning Duración: 11 horas

---

Categorías: Comercio y marketing

## OBJETIVOS

Describir y explicar las fases del proceso de diseño de la muestra para la organización de la toma de datos a través de encuestas. Aplicar técnicas de muestreo probabilístico y no probabilístico sobre la población objeto de las encuestas programadas por el SIM.

## CONTENIDOS

1. Concepto y alcance. 2. El proceso de diseño de la muestra. 3. Técnicas de muestreo no probabilístico. 4. Técnicas de muestreo probabilístico.

