

# PRINCIPIOS Y REGLAS EN LA ELABORACIÓN DE ESTUDIOS DE MERCADO Y OPINIÓN

Modalidad: curso e-Learning Duración: 11 horas

Categorías: Comercio y marketing

## OBJETIVOS

Extraer conclusiones relevantes para la elaboración del estudio de mercado y la toma de decisiones a partir del análisis de la información recogida en los procesos de investigación  
Determinar la estructura de un estudio de mercado explicando los principios y reglas a seguir en su elaboración.

## CONTENIDOS

1. La investigación en España. Las normas de AEDEMO. 2. La investigación internacional. Las normas de ESOMAR. 3. Aplicaciones informáticas para la realización y presentación de datos e información obtenida en una investigación de mercados. 4. La presentación «on line» de los informes de investigación.

