

Modalidad: curso e-Learning Duración: 20 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.

## CONTENIDOS

1. Elementos y estructura de un informe y estudio de mercado. 2. Técnicas de redacción del informe. 3. Edición del informe, incorporación de gráficos al texto y soportes de imagen. 4. El fichero de investigación: la opción de entrega al cliente de los datos. 5. La estadística resultado de la investigación. 6. El contenido de la ficha técnica de la investigación. 7. Caso práctico de elaboración de un informe y de una Ficha técnica de un estudio de mercado.

