

Modalidad: Online y Presencial.

Duración

45 HORAS

Práctica y técnicas para la investigación de mercados

Temario Resumido:

- Gestión del punto de venta: el merchandising
- La investigación cualitativa
- De la investigación cualitativa a la investigación cuantitativa: el cuestionario
- El proceso de muestreo, las codificaciones y el tratamiento de la información
- Técnicas de análisis de la información: univariantes, bivariantes y multivariantes