TÉCNICAS DE MUESTREO EN LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

SKU: EVOL-3052-VNO-B | **Categorías:** COMERCIO Y MARKETING, Marketing, Publicidad y Comunicación

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	30
Acreditado por Universidad	NO
Créditos ECTS	0

CURSO TEMÁTICO

Objetivos

- Definir los elementos y características de una muestra aplicando las distintas técnicas de muestreo utilizadas en la investigación de mercados Explicar la idoneidad de los tipos de muestreo en función del tamaño de la población objeto de estudio.

Contenidos

1. Conceptos clave de las técnicas de muestreo: población, universo y muestra.

2. Fases del proceso de muestreo.

3. Tipos de muestreo.

4. Cálculo del tamaño de la muestra.

5. Errores atribuibles al muestreo.

6. Descripción de unidades muestrales.