



Tu EXPERIENCIA  
vale un  
TÍTULO

## ASISTENCIA A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (COMMO00111)

| MÓDULOS                                                                | UNIDADES FORMATIVAS                                                       | HORAS      |
|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------|
| MF0993_3 Organización de la investigación de mercados                  | UF2119: Planificación de la investigación de mercados                     | 60         |
|                                                                        | UF2120: Diseño de encuestas y cuestionarios de investigación              | 40         |
| MF0994_3 Organización del trabajo de campo                             | UF2121: Programación del trabajo de campo de la investigación             | 60         |
|                                                                        | UF2122: Gestión y dirección de equipos de encuestadores                   | 60         |
| MF0995_2 Técnicas de entrevista y encuesta                             | UF2123: Realización de encuestas                                          | 60         |
|                                                                        | UF2124: Resolución de incidencias en las encuestas                        | 30         |
| MF0997_3 Técnicas de análisis de datos para investigaciones de mercado | UF2125: Metodologías de análisis para la investigación de mercados        | 90         |
|                                                                        | UF2126: Elaboración de informes en investigaciones y estudios de mercados | 30         |
| MP0443: Módulo de prácticas profesionales no laborales                 |                                                                           | 80         |
| <b>Duración horas totales certificado de profesionalidad</b>           |                                                                           | <b>510</b> |

### Objetivos

Intervenir, bajo la supervisión del equipo director de la investigación, en la organización e inspección de la obtención de información, a través de distintos medios o tecnologías de información y comunicación, coordinando y controlando o realizando encuestas/ entrevistas, y colaborando en la presentación de conclusiones de la investigación de mercados para la toma de decisiones de las organizaciones

### Ámbito profesional

Desarrolla su actividad, por cuenta propia o ajena, en empresas, organizaciones e institutos de investigación de mercado y opinión pública, en empresas especializadas en la realización de encuestas (redes de campo) y en departamentos o empresas de marketing, apoyando la realización de encuestas y/o estudios de mercado y opinión.

### Salidas profesionales

- Técnicos en estudios de mercado y opinión pública.
- Técnicos medios en investigación de mercados.
- Agentes de encuestas y censos.
- Entrevistadores-encuestadores.
- Codificadores de datos.
- Inspectores de encuestadores.
- Técnicos en trabajos de campo.

