

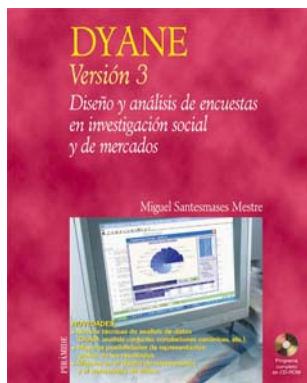


DYANE. Versión 3.

Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados

Miguel Santesmases Mestre

Colección: Economía y Empresa



Índice

Prólogo. **1.** Descripción general del programa *DYANE*. **2.** Instalación y mantenimiento del programa. **3.** Inicio del programa. **4.** Diseño de la investigación: definición de las variables del estudio y elaboración del cuestionario. **5.** Obtención y tratamiento de datos. **6.** Análisis estadístico de los datos: conceptos y procedimientos generales. **7.** Análisis estadísticos uni y bivariantes. **8.** Análisis estadísticos multivariantes (I): Análisis de dependencias. **9.** Análisis estadísticos multivariantes (II): Análisis de interdependencias. Glosario. Bibliografía. Índice de materias.

Contenido

DYANE (Diseño y Análisis de Encuestas) es la combinación de un libro y un programa informático, realizado en entorno Windows, que tienen la finalidad común de que el lector o usuario de los mismos aprenda y pueda hacer investigación social y de mercados.

A lo largo de la obra se exponen los conceptos básicos de la investigación social y de mercados y se describen los procedimientos operativos del programa *DYANE*, con ejemplos de aplicaciones de distintas técnicas de análisis de datos. La obra se complementa con un glosario de términos.

El programa está estructurado de forma modular, con menús que facilitan el acceso a las distintas funciones y técnicas que incluye. Con él se pueden diseñar cuestionarios, grabar datos y aplicar una gran variedad de técnicas estadísticas de análisis de datos, desde las más básicas a las más sofisticadas. También se pueden generar gráficos, con el fin de mejorar la presentación de los resultados. Tanto los datos como los resultados y gráficos de los análisis se pueden imprimir, exportar a otros programas o guardar en archivos para ser tratados en procesadores de texto y hojas de cálculo.

En definitiva, *DYANE* pone al alcance de estudiantes, investigadores, profesionales y empresas, a un coste muy asequible, una potente herramienta de análisis, interactiva, fácil de aprender y sencilla de utilizar, que hace ameno y gratificante el proceso de diseño de la investigación y el análisis estadístico de datos.

Autor

Miguel Santesmases Mestre es catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Alcalá (Madrid), de la que es profesor desde su creación en 1975, y de cuya Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales fue decano. Posee una dilatada experiencia en la docencia y práctica del marketing y la investigación de mercados, habiendo impartido cursos y conferencias en distintas universidades e instituciones, tanto españolas como extranjeras. Ha diseñado y desarrollado diversos sistemas de información y planificación, así como simuladores de gestión comercial, y ha obtenido varios premios por sus aportaciones al campo de la investigación de mercados. Es autor del libro *Marketing. Conceptos y estrategias*, publicado por esta misma editorial, el cual, con cinco ediciones en España, dos en Argentina y una en México, es el libro de marketing de mayor difusión de autor español. Asimismo, es autor de los libros *Términos de marketing*, diccionario temático con una base de datos gestionada por ordenador, y *Usted compra, yo vendo, ¿qué tenemos en común?*, ensayo en el que se expone la utilidad del marketing tanto para compradores como para vendedores. Ambos libros han sido publicados también por Ediciones Pirámide.

Utilidad

En el ámbito académico es una herramienta interactiva de análisis de encuestas de investigación social fácil de aprender y sencilla de manejar. Además es una aplicación útil para profesionales y empresas que quieran valorar sus mercados y mejorar su relación con clientes.

Incluye CD

19 x 24 cm

464 páginas

Cartoné

ISBN: 84-368-1970-5

Código: 0220417

90 € (IVA incluido)

Junio 2005

NOVEDADES:

- **Nuevas técnicas de análisis de datos:**

Regresión logística binaria, CHAID, análisis conjunto, correlaciones canónicas, análisis multidimensional y conglomerados de K-medias.

- **Mejores prestaciones y más opciones en las técnicas de análisis de datos.**

- **Mayores posibilidades de representación gráfica de los resultados.**

- **Mejoras en el diseño de cuestionarios y el tratamiento de los datos.**