

FICHA DE CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

(COMM0111) ASISTENCIA A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (RD 614/2013, de 2 de agosto)

COMPETENCIA GENERAL: 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.

NIV.	Cualificación profesional de referencia	Unidades de competencia		Ocupaciones o puestos de trabajo relacionados:
3	COM312_3 ASISTENCIA A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (RD 109/2008 de 1 de febrero)	UC0993_3	Preparar la información e instrumentos necesarios para la investigación de mercados	<ul style="list-style-type: none"> • 2651.1030 Técnicos en estudios de mercado y opinión pública. • 2651.1058 Técnicos medios en investigación de mercados. • 4430 Agentes de encuestas y censos. • 4430.1013 Entrevistadores-encuestadores. • 4222.1014 Codificadores de datos. • Inspectores de encuestadores. • Técnicos en trabajos de campo.
		UC0994_3	Organizar y controlar la actividad de los encuestadores	
		UC0995_2	Realizar encuestas y/o entrevistas utilizando las técnicas y procedimientos establecidos	
		UC0997_3	Colaborar en el análisis y obtención de conclusiones a partir de la investigación de mercados	

Correspondencia con el Catálogo Modular de Formación Profesional

H. Q	Módulos certificado	H. CP	Unidades formativas	Horas
120	MF0993_3 Organización de la investigación de mercados	100	UF2119: Planificación de la investigación de mercados	60
			UF2120: Diseño de encuestas y cuestionarios de investigación	40
120	MF0994_3 Organización del trabajo de campo	120	UF2121: Programación del trabajo de campo de la investigación	60
			UF2122: Gestión y dirección de equipos de encuestadores	60
90	MF0995_2 Técnicas de entrevista y encuesta	90	UF2123: Realización de encuestas	60
			UF2124: Resolución de incidencias en las encuestas	30
150	MF0997_3 Técnicas de análisis de datos para investigaciones de mercado	120	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		
510	Duración horas totales certificado de profesionalidad	510	Duración horas módulos formativos	430