

El cuestionario en la investigación de mercados

Modalidad: curso e-Learning Duración: 12 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Conocer y aplicar técnicas para crear cuestionarios y adecuar su estructura y contenido a los objetivos establecidos por el SIM.

CONTENIDOS

1. Concepto y utilidad.
2. Estructura del cuestionario.
3. Tipos de preguntas de un cuestionario.
4. Pautas para la elaboración de preguntas.
5. Proceso de evaluación del cuestionario.