

Diseño de encuestas y cuestionarios de investigación

Modalidad: curso e-Learning Duración: 40 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Definir un procedimiento de recogida de información eficaz y eficiente, a partir de distintas técnicas de recogida de la información en relación a una demanda u objetivos del plan de investigación
- Diseñar cuestionarios de recogida de información para la realización de encuestas tanto de forma personal como telefónica y «on line»

CONTENIDOS

UD1. Técnicas y medios de recogida de información en la investigación de mercados.

- 1.1. Métodos de obtención de información secundaria.
- 1.2. Motores de búsqueda y criterios de selección de fuentes de información secundaria.
- 1.3. Métodos y técnicas de recogida de información primaria.
- 1.4. Técnicas de investigación cuantitativa.
- 1.5. Técnicas de investigación cualitativa.
- 1.6. Tecnologías de información y comunicación aplicadas a la investigación de mercados, CAPI, CATI y CAWI.
- 1.7. El papel de las nuevas tecnologías: calidad y rapidez en los datos.
- 1.8. Normas ESOMAR y otros criterios normalizados y de buenas prácticas en las investigaciones de mercados y estudios de opinión.
- 1.9. Simulación del proceso de recogida de información primaria. Caso práctico.

UD2. Diseño de cuestionarios.

- 2.1. Objetivos del cuestionario y cuaderno de trabajo.
- 2.2. Elementos y estructura del cuestionario.
- 2.3. Elaboración de cuestionarios.
- 2.4. Pretest de los cuestionarios.
- 2.5. El Argumentario.
- 2.6. Tipología y clasificación de los cuestionarios según distintos criterios.
- 2.7. Codificación de preguntas: Pre-codificación y post-codificación.