Diseño de encuestas y cuestionarios de investigación

Área: COMERCIO Y MARKETING
Modalidad: Teleformación
Duración: 40 h
Precio: 20.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CÓDIGO

UF2120

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Técnicas y medios de recogida de información en la investigación de mercados

####

1.1. Métodos de obtención de información secundaria

####

1.1.1. Las bases de datos documentales, localización de fuentes de información

####

1.2. Motores de búsqueda y criterios de selección de fuentes de informaciónsecundaria.

####

1.3. Métodos y técnicas de recogida de información primaria.

####

1.4. Técnicas de investigación cuantitativa

####

1.4.1. La encuesta. Modelos de encuesta (telefónica, postal, en domicilio, internet)

####

1.4.2. El panel, finalidad y ventajas

####

1.4.3. La observación, aplicaciones prácticas

####

1.4.4. Experimentación, el entorno de control de la investigación

####

1.5. Técnicas de investigación cualitativa

####

1.5.1. Los grupos de discusión «focus group»

####

1.5.2. La entrevista en profundidad, tipos de entrevistas, la profesionalidad del entrevistador

####

1.5.3. Técnicas proyectivas

####

1.6. Tecnologías de información y comunicación aplicadas a la investigación de mercados, CAPI, CATI y CAWI.

####

1.6.1. Organización y tabulación de la información

####

1.6.2. Codificación de los cuestionarios. Métodos ex ante y ex post

####

1.6.3. Análisis comparativo de los métodos de recogida de información.

####

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

####

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Diseño de cuestionarios

####

2.1. Objetivos del cuestionario y cuaderno de trabajo.

####

2.1.1. Coherencia con los objetivos de la investigación

####

2.2. Elementos y estructura del cuestionario.

####

2.2.1. Encabezamiento, datos personales, confidencialidad del entrevistado

####

2.2.2. Ordenación de las preguntas: conversación

####

2.2.3. Despedida y agradecimiento al entrevistado

####

2.2.4. Fidelidad del entrevistado y estudios de tipo panel

####

2.3. Elaboración de cuestionarios.

####

2.3.1. Estructura, elementos y secuencia del cuestionario

####

2.3.2. Tipos de preguntas. Relación pregunta-respuesta.

####

2.4. Pretest de los cuestionarios

####

2.4.1. Validación del cuestionario mediante pruebas

####

2.4.2. Impresión del cuestionario definitivo, cálculo de ejemplares, distribución

####

2.5. El Argumentario.

####

2.5.1. Elaboración del argumentario en función del tipo de investigación

####

2.5.2. Claves de un buen argumentario

####

2.6. Tipología y clasificación de los cuestionarios según distintos criterios

####

2.6.1. Cuestionarios de investigación cuantitativa y cualitativa

####

2.6.2. Cuestionarios cortos y largos

####

2.6.3. Cuestionarios de autocumplimentación

####

2.6.4. Cuestionarios en internet

####

2.7. Codificación de preguntas: Pre- codificación y post codificación

####

2.7.1. Características de cuestionarios-tipos según los medios y tiempo disponible. Problemas y formas de resolución en el diseño de cuestionarios.

####

2.7.2. Aplicaciones informáticas de diseño y ejecución de encuestas

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.
  No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.