Realización de encuestas

Área: COMERCIO Y MARKETING
Modalidad: Teleformación
Duración: 60 h
Precio: 30.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Métodos y tipos de encuesta

####

1.1 Encuesta personal presencial

####

1.1.1 Características fundamentales de la encuesta presencial

####

1.1.2 Aplicación de normas ESOMAR sobre encuestas

####

1.1.3 Técnicas de comunicación eficaz

####

1.1.4 Medios utilizados: cuaderno de campo, manual de instrucciones

####

1.2 La encuesta personal asistida por ordenador (CAPI).

####

1.2.1 Las nuevas tecnologías y la investigación

####

1.2.2 Programas de software para encuestas asistidas por ordenador

####

1.3 El cuestionario.

####

1.3.1 Ritmo del cuestionario

####

1.3.2 Secuencia de la realización

####

1.3.3 Las fases a atender en el proceso

####

1.3.4 Errores por la entrevista: la falta de respuesta y el error en la respuesta

####

1.4 Valoración de la encuesta personal.

####

1.4.1 La responsabilidad del encuestador

####

1.4.2 El control de validación externo

####

1.5 Encuesta telefónica.

####

1.5.1 Características y finalidad de las encuestas por teléfono: puntos fuertes y débiles.

####

1.5.2 El Call-center y su relación con las encuestas telefónicas

####

1.5.3 Encuesta telefónica y acciones comerciales: métodos distintos

####

1.5.4 Incidencias habituales en la encuesta telefónica.

####

1.5.5 La entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI). Valoración de la encuesta telefónica.

####

1.6 Encuestas en Internet.

####

1.6.1 Características principales

####

1.6.2 Plataformas on line gratuitas

####

1.6.3 Programas de software

####

1.6.4 La entrevista «on line» asistida por ordenador (CAWI). Valoración de la encuesta «on line».

####

1.7 Encuesta postal.

####

1.7.1 Aspectos específicos de la encuesta postal: puntos fuertes y débiles

####

1.7.2 Carta de presentación.

####

1.7.3 Valoración de la encuesta postal. Validez y representatividad de las encuestas.

####

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Cumplimentación y estructura de los cuestionarios.

####

2.1 Definición del cuestionario

####

2.1.1 Tipos de cuestionarios de investigación

####

2.1.2 Elementos del cuestionario

####

2.1.3 Objetivos del cuestionario

####

2.1.4 El proceso de diseño del cuestionario

####

2.2 Tipos de preguntas.

####

2.2.1 Naturaleza y tipología de las preguntas, estructuradas y no estructuradas

####

2.2.2 Particularidades de los cuestionarios según el medio utilizado (PAPI, CAPI, CATI y CAWI)

####

2.2.3 Ordenación de las preguntas en el cuestionario

####

2.2.4 La redacción del cuestionario, el uso del lenguaje, palabras ambiguas

####

2.3 Cumplimentación de cuestionarios.

####

2.3.1 Cómo conseguir el interés del entrevistado

####

2.3.2 Tratamiento de la información delicada

####

2.3.3 Esfuerzo requerido por parte de los entrevistados

####

2.4 Grabación y registro de la información obtenida en papel y ordenador.

####

2.5 El cuidado en la redacción de las preguntas

####

2.6 Utilización de medios de registro sonoro y audiovisual

####

2.6.1 Medios y aplicaciones informáticas utilizadas para la cumplimentación de cuestionarios.

####

2.7 Derechos y deberes del encuestado.

####

2.7.1 Los aspectos de protección de datos

####

2.7.2 La confidencialidad en el proceso

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.