

Curso: Programación del trabajo de campo de la investigación

Familia Profesional: Comercio y Marketing

Modalidad: On-line (Teleformación)

Duración: 25 horas

Contenidos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Planificación y organización del trabajo de campo de una investigación de mercados

- 1.1 Definición del plan de trabajo de campo en una investigación de mercados
 - 1.1.1 Tipos de investigación y organización del trabajo de campo
 - 1.1.2 El uso de las modernas tecnologías en el trabajo de campo
 - 1.1.3 Trabajo de campo en la investigación internacional de mercados
- 1.2 Fases del trabajo de campo en una investigación de mercados.
 - 1.2.1 Recopilación de los datos
 - 1.2.2 Selección de encuestadores
 - 1.2.3 Formación de entrevistadores
 - 1.2.4 Supervisión del trabajo de campo
 - 1.2.5 Validación del trabajo
 - 1.2.6 Evaluación de los encuestadores
- 1.3 Planificación de los medios necesarios para el trabajo de campo
 - 1.3.1 Técnicas de organización del trabajo de campo: el cronograma.
 - 1.3.2 Aplicaciones informáticas de gestión de tareas.
 - 1.3.3 Programación del trabajo de campo: asignación de tiempos y cargas de trabajo.
- 1.4 La red de campo.
 - 1.4.1 Tipos de redes de campo: internas o externas
 - 1.4.2 Distribución territorial de los encuestadores.
- 1.5 Localización física de la muestra.
 - 1.5.1 Hojas de ruta
- 1.6 Simulación de la planificación del trabajo de campo en una investigación de mercados. Caso práctico.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Control y evaluación del desempeño del trabajo de campo de una investigación de mercados

- 2.1 Métodos de evaluación del desempeño del trabajo de campo.
- 2.2 Edición y control de calidad
- 2.3 Control de la muestra
- 2.4 Control de la información falseada

2.4.1 Control central o distribuido

2.4.2 Informes de control de actividad: Tipos y estructura de los informes.
Ratios de control.

2.4.3 Aplicaciones de elaboración y presentación de informes de control de investigación de mercados.

2.5 Conceptos básicos, ventajas e inconvenientes de la evaluación del desempeño de encuestadores.

2.5.1 Tiempo y coste como dimensiones del desempeño

2.5.2 Índices de respuesta de los entrevistados

2.5.3 Calidad de la entrevista y de los datos obtenidos

2.6 Verificación de los cuestionarios: edición, codificación y transferencia de datos.

2.7 Sistemas de control telefónico de los cuestionarios reacción ante el entrevistador

2.7.1 Aspectos que se someten a verificación: extensión y calidad de la entrevista, reacción ante el entrevistador

2.8 Aplicaciones informáticas para la recogida de información por ordenador (CAPI y CATI) en el control del trabajo de campo:

2.8.1 Utilidades

2.8.2 Simulación del registro de la información y evaluación del trabajo de campo.

2.8.3 Elaboración y presentación de informes de control del campo en la investigación de mercados.