

Curso: Diseño de encuestas y cuestionarios de investigación

Familia Profesional: Comercio y Marketing

Modalidad: On-line (Teleformación)

Duración: 20 horas

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 información secundaria.
- 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