

# Curso: Investigación y recogida de información de mercados

**Familia Profesional: Comercio y Marketing**

**Modalidad:** On-line (Teleformación)

**Duración:** 25 horas

## Contenidos:

### 1. La investigación de mercados.

1.1 Concepto y alcance.

1.2 El papel de la investigación de mercados en el SIM (Sistema de Información de Mercados).

1.3 Etapas de la investigación de mercados.

1.3.1 Determinación de problema a investigar.

1.3.2 Determinación de los objetivos de la investigación.

1.3.3 Obtención de información.

1.3.4 Tratamiento y análisis de datos.

1.3.5 Interpretación de resultados y presentación de conclusiones.

### 2. Procedimientos de recogida de información primaria.

2.1 Tipos de procedimiento: la entrevista en profundidad y la observación.

2.2 Proceso de organización y ejecución de entrevistas en profundidad.

2.2.1 La preparación de la entrevista en profundidad.

2.2.2 Selección del entrevistado.

2.2.3 El guión de la entrevista.

2.2.4 Tipos de comunicación y barreras.

2.2.5 Técnicas para superar las barreras.

2.2.6 Las fases de la entrevista.

2.3 La observación.

2.3.1 Tipos de investigación mediante observación.

2.3.2 La elección del tipo de observación adecuada.

2.3.3 El diseño del proceso de observación

### 3. La encuesta.

3.1 Concepto y características.

3.2 Clases de encuestas.

3.2.1 Encuesta personal.

3.2.2 Encuesta telefónica.

3.2.3 Encuesta postal.

3.2.4 Encuesta por internet.

3.2.5 Encuesta omnibus.

- 3.3 Consideraciones previas a la realización de encuestas.
  - 3.3.1 Planteamiento de la utilidad de la encuesta y la posibilidad de utilizar fuentes de información secundaria.
  - 3.3.2 Determinación de los objetivos principales.
  - 3.3.3 Determinación del tipo de encuesta que se va utilizar.
  - 3.3.4 Valoración del coste y tiempo necesario para su ejecución.
- 3.4 Fases de ejecución de la encuesta.
  - 3.4.1 Diseño de la muestra.
  - 3.4.2 Diseño del cuestionario.
  - 3.4.3 Realización del trabajo de campo.
  - 3.4.4 Codificación y tabulación de datos.
  - 3.4.5 Análisis de datos.
  - 3.4.6 Presentación de conclusiones.

#### **4. El cuestionario.**

- 4.1 Concepto y utilidad.
- 4.2 Estructura del cuestionario.
  - 4.2.1 Título y encabezamiento.
  - 4.2.2 Presentación.
  - 4.2.3 Bloques de preguntas.
  - 4.2.4 Despedida y agradecimiento.
- 4.3 Tipos de preguntas de un cuestionario.
  - 4.3.1 Atendiendo a la naturaleza del contenido: hechos y comportamientos, opinión y actitudes, socio-demográficas o clasificatorias.
  - 4.3.2 Atendiendo al tipo de respuesta admitida: de respuesta abierta, semiabierta y cerrada.
  - 4.3.3 Atendiendo a su función dentro del cuestionario: rompehielos y alivio, esenciales y de escala.
- 4.4 Pautas para la elaboración de preguntas.
  - 4.4.1 Revisión de los objetivos del cuestionario.
  - 4.4.2 Agrupación de objetivos en temas afines.
  - 4.4.3 Elaboración de preguntas a partir de los objetivos marcados.
  - 4.4.5 Elegir un orden de preguntas por bloques coherentes.
  - 4.4.6 Establecer preguntas para conectar bloques.
- 4.5 Proceso de evaluación del cuestionario.
  - 4.5.1 Pre-test del cuestionario.
  - 4.5.2 Revisión de la exactitud, claridad y tono de las preguntas.

#### **5. El muestreo.**

- 5.1 Concepto y alcance.
- 5.2 El proceso de diseño de la muestra.
  - 5.2.1 Definición de la población objetivo.
  - 5.2.2 Definición del marco muestral.
  - 5.2.3 Selección de un método de muestreo.
  - 5.2.4 Determinación del tamaño de la muestra.
  - 5.2.5 Definición del plan de muestreo.
  - 5.2.6 Selección de la muestra.

5.3Técnicas de muestreo no probabilístico.

- 5.3.1Muestreo de conveniencia.
- 5.3.2Muestreo discrecional.
- 5.3.3Muestreo por cuotas.

5.4Técnicas de muestreo probabilístico.

- 5.4.1Muestreo probabilístico simple.
- 5.4.2Muestreo probabilístico sistemático.
- 5.4.3Muestreo probabilístico estratificado.
- 5.4.4Muestreo por conglomerados o áreas.
- 5.4.5Muestreo por itinerarios aleatorios.

## **6. Organización del trabajo de campo**

6.1Variables a considerar en la planificación del trabajo de campo.

- 6.1.1Cálculo del tiempo necesario para el desarrollo del trabajo.
- 6.1.2Cálculo del número de entrevistadores necesarios.
- 6.1.3Cálculo del coste de las acciones del trabajo de campo.
- 6.1.4Elaboración del presupuesto.

6.2El papel de los encuestadores en el desarrollo del trabajo de campo.

- 6.2.1Determinación de las capacidades y habilidades que deben tener los encuestadores.
- 6.2.2Pautas de comportamiento que deben seguir los encuestadores.