

Modalidad: curso e-Learning Duración: 20 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Definir un procedimiento de recogida de información eficaz y eficiente, a partir de distintas técnicas de recogida de la información en relación a una demanda u objetivos del plan de investigación. Explicar las características de las distintas técnicas de obtención de información de mercados, cuantitativas y cualitativas.

CONTENIDOS

1. Métodos de obtención de información secundaria.
2. Motores de búsqueda y criterios de selección de fuentes de información secundaria.
3. Métodos y técnicas de recogida de información primaria.
4. Técnicas de investigación cuantitativa.
5. Técnicas de investigación cualitativa.
6. Tecnologías de información y comunicación aplicadas a la investigación de mercados, CAPI, CATI y CAWI.
7. El papel de las nuevas tecnologías: calidad y rapidez en los datos.
8. Normas ESOMAR y otros criterios normalizados y de buenas prácticas en las investigaciones de mercados y estudios de opinión.
9. Simulación del proceso de recogida de información primaria. Caso práctico.

