

Modalidad: curso e-Learning Duración: 40 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. Diseñar cuestionarios de recogida de información para la realización de encuestas tanto de forma personal como telefónica y «on line»

CONTENIDOS

UD1. Técnicas y medios de recogida de información en la investigación de mercados. 1.1. Métodos de obtención de información secundaria. 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. 1.5. Técnicas de investigación cualitativa. 1.6. Tecnologías de información y comunicación aplicadas a la investigación de mercados, CAPI, CATI y CAWI. 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. UD2. Diseño de cuestionarios. 2.1. Objetivos del cuestionario y cuaderno de trabajo. 2.2. Elementos y estructura del cuestionario. 2.3. Elaboración de cuestionarios. 2.4. Pretest de los cuestionarios. 2.5. El Argumentario. 2.6. Tipología y clasificación de los cuestionarios según distintos criterios. 2.7. Codificación de preguntas: Pre-codificación y post codificación.

