

Modalidad: curso e-Learning Duración: 60 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Aplicar técnicas de organización del trabajo de campo a realizar por un equipo de encuestadores a partir de un plan de investigación de mercados Aplicar métodos de control y evaluación del trabajo de campo en el seguimiento de las actividades y desempeño del trabajo de campo Elaborar informes en las diferentes fases de organización y control de la actividad y desempeño de los encuestadores

CONTENIDOS

UD1. 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. 1.2. Fases del trabajo de campo en una investigación de mercados. 1.3. Planificación de los medios necesarios para el trabajo de campo. 1.4. La red de campo. 1.5. Localización física de la muestra. 1.6. Simulación de la planificación del trabajo de campo en una investigación de mercados. Caso práctico. UD2. 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. 2.5. Conceptos básicos, ventajas e inconvenientes de la evaluación del desempeño de encuestadores. 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. 2.8. Aplicaciones informáticas para la recogida de información por ordenador (CAPI y CATI) en el control del trabajo de campo.

