

La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



Diseño de encuestas y cuestionarios de investigación (UF2120)

Modalidad:

e-learning con una duración 40 horas

Objetivos:

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.



La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



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

