

Realización de encuestas v1

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Adquirir las competencias profesionales necesarias para intervenir, bajo la supervisión del equipo director de la investigación, en la organización e inspección de la obtención de información, a través de distintos medios o tecnologías de información y comunicación, coordinando y controlando o realizando encuestas/ entrevistas, y colaborando en la presentación de conclusiones de la investigación de mercados para la toma de decisiones de las organizaciones.

Contenidos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Métodos y tipos de encuesta 1.1 Encuesta personal presencial 1.1.1 Características fundamentales de la encuesta presencial 1.1.2 Aplicación de normas ESOMAR sobre encuestas 1.1.3 Técnicas de comunicación eficaz 1.1.4 Medios utilizados: cuaderno de campo, manual de instrucciones 1.2 La encuesta personal asistida por ordenador (CAPI). 1.2.1 Las nuevas tecnologías y la investigación 1.2.2 Programas de software para encuestas asistidas por ordenador 1.3 El cuestionario. 1.3.1 Ritmo del cuestionario 1.3.2 Secuencia de la realización 1.3.3 Las fases a atender en el proceso 1.3.4 Errores por la entrevista: la falta de respuesta y el error en la respuesta 1.4 Valoración de la encuesta personal. 1.4.1 La responsabilidad del encuestador 1.4.2 El control de validación externo 1.5 Encuesta telefónica. 1.5.1 Características y finalidad de las encuestas por teléfono: puntos fuertes y débiles. 1.5.2 El Call-center y su relación con las encuestas telefónicas 1.5.3 Encuesta telefónica y acciones comerciales: métodos distintos 1.5.4 Incidencias habituales en la encuesta telefónica. 1.5.5 La entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI). Valoración de la encuesta telefónica. 1.6 Encuestas en Internet. 1.6.1 Características principales 1.6.2 Plataformas on line gratuitas 1.6.3 Programas de software 1.6.4 La entrevista «on line» asistida por ordenador (CAWI). Valoración de la encuesta «on line». 1.7 Encuesta postal. 1.7.1 Aspectos específicos de la encuesta postal: puntos fuertes y débiles 1.7.2 Carta de presentación. 1.7.3 Valoración de la encuesta postal. Validez y representatividad de las encuestas.

La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



UNIDAD DIDÁCTICA 2. Cumplimentación y estructura de los cuestionarios. 2.1 Definición del cuestionario 2.1.1 Tipos de cuestionarios de investigación 2.1.2 Elementos del cuestionario 2.1.3 Objetivos del cuestionario 2.1.4 El proceso de diseño del cuestionario 2.2 Tipos de preguntas. 2.2.1 Naturaleza y tipología de las preguntas, estructuradas y no estructuradas 2.2.2 Particularidades de los cuestionarios según el medio utilizado (PAPI, CAPI, CATI y CAWI) 2.2.3 Ordenación de las preguntas en el cuestionario 2.2.4 La redacción del cuestionario, el uso del lenguaje, palabras ambiguas 2.3 Cumplimentación de cuestionarios. 2.3.1 Cómo conseguir el interés del entrevistado 2.3.2 Tratamiento de la información delicada 2.3.3 Esfuerzo requerido por parte de los entrevistados 2.4 Grabación y registro de la información obtenida en papel y ordenador. 2.5 El cuidado en la redacción de las preguntas 2.6 Utilización de medios de registro sonoro y audiovisual 2.6.1 Medios y aplicaciones informáticas utilizadas para la cumplimentación de cuestionarios. 2.7 Derechos y deberes del encuestado. 2.7.1 Los aspectos de protección de datos 2.7.2 La confidencialidad en el proceso