



Programación del trabajo de campo de la investigación

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Adquirir las competencias profesionales necesarias para organizar y controlar la actividad de los encuestadores.

Contenidos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 1.1.1 Tipos de investigación y organización del trabajo de campo 1.1.2 El uso de las modernas tecnologías en el trabajo de campo 1.1.3 Trabajo de campo en la investigación internacional de mercados 1.2 Fases del trabajo de campo en una investigación de mercados. 1.2.1 Recopilación de los datos 1.2.2 Selección de encuestadores 1.2.3 Formación de entrevistadores 1.2.4 Supervisión del trabajo de campo 1.2.5 Validación del trabajo 1.2.6 Evaluación de los encuestadores 1.3 Planificación de los medios necesarios para el trabajo de campo 1.3.1 Técnicas de organización del trabajo de campo: el cronograma. 1.3.2 Aplicaciones informáticas de gestión de tareas. 1.3.3 Programación del trabajo de campo: asignación de tiempos y cargas de trabajo. 1.4 La red de campo. 1.4.1 Tipos de redes de campo: internas o externas 1.4.2 Distribución territorial de los encuestadores. 1.5 Localización física de la muestra. 1.5.1 Hojas de ruta 1.6 Simulación de la planificación del trabajo de campo en una investigación de mercados. Caso práctico.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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 2.4.1 Control central o distribuido 2.4.2 Informes de control de actividad: Tipos y estructura de los informes. Ratios de control. 2.4.3 Aplicaciones de elaboración y presentación de informes de control de investigación de



mercados. 2.5 Conceptos básicos, ventajas e inconvenientes de la evaluación del desempeño de encuestadores. 2.5.1 Tiempo y coste como dimensiones del desempeño 2.5.2 Índices de respuesta de los entrevistados 2.5.3 Calidad de la entrevista y de los datos obtenidos 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 2.7.1 Aspectos que se someten a verificación: extensión y calidad de la entrevista, 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: 2.8.1 Utilidades 2.8.2 Simulación del registro de la información y evaluación del trabajo de campo. 2.8.3 Elaboración y presentación de informes de control del campo en la investigación de mercados.