



ELABORACIÓN DE INFORMES Y ENCUESTAS EN ESTUDIOS DE MERCADO

CONTENIDOS:

MÉTODOS Y TIPOS DE ENCUESTA EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- UD1. Encuesta personal presencial.
- UD2. La encuesta personal asistida por ordenador (CAPI).
- UD3. El cuestionario.
- UD4. Valoración de la encuesta personal.
- UD5. Encuesta telefónica.
- UD6. Encuestas en Internet.
- UD7. Encuesta postal.

DISEÑO DE ENCUESTAS Y CUESTIONARIOS DE INVESTIGACIÓN

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.

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.

ELABORACIÓN DE INFORMES EN INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS DE MERCADOS

UD1. Informes de investigación y estudios de mercado.

- 1.1. Elementos y estructura de un informe y estudio de mercado.
- 1.2. Técnicas de redacción del informe.
- 1.3. Edición del informe, incorporación de gráficos al texto y soportes de imagen.
- 1.4. El fichero de investigación: la opción de entrega al cliente de los datos.
- 1.5. La estadística, resultado de la investigación.
- 1.6. El contenido de la ficha técnica de la investigación.
- 1.7. Caso práctico de elaboración de un Informe y de una Ficha técnica de un estudio de mercado.

UD2. Principios y reglas en la elaboración de estudios de mercado y opinión.

- 2.1. La investigación en España. Las normas de AEDEMO.
- 2.2. La investigación internacional. Las normas de ESOMAR.
- 2.3. Aplicaciones informáticas para la realización y presentación de datos e información obtenida en una investigación de mercados.
- 2.4. La presentación «on line» de los informes de investigación.