



Diseño de cuestionarios en la investigación de mercados

Sku: CT2570

Horas: 21

Formato: HTML

CONTENIDOS

1 Objetivos del cuestionario y cuaderno de trabajo.

1.1 Coherencia con los objetivos de la investigación.

2 Elementos y estructura del cuestionario.

2.1 Encabezamiento. datos personales. confidencialidad del entrevistado.

2.2 Ordenación de las preguntas: conversación.

2.3 Despedida y agradecimiento al entrevistado.

2.4 Fidelidad del entrevistado y estudios de tipo panel.

3 Elaboración de cuestionarios.

3.1 Estructura. elementos y secuencia del cuestionario.

3.2 Tipos de preguntas. Relación pregunta-respuesta.

4 Pretest de los cuestionarios.

4.1 Validación del cuestionario mediante pruebas.

4.2 Impresión del cuestionario definitivo. cálculo de ejemplares. distribución.

5 El Argumentario.

5.1 Elaboración del argumentario en función del tipo de investigación.

5.2 Claves de un buen argumentarlo.

6 Tipología y clasificación de los cuestionarios según distintos criterios.

6.1 Cuestionarios de investigación cuantitativa y cualitativa.

6.2 Cuestionarios cortos y largos.

6.3 Cuestionarios de autocomplimentación.

6.4 Cuestionarios en Internet.

7 Codificación de preguntas: Pre- codificación y post codificación.

8 Características de cuestionarios-tipos según los medios y tiempo disponible. Problemas y formas de resolución en el diseño de cuestionarios.

9 Aplicaciones informáticas de diseño y ejecución de encuestas.