



Planificación y organización del trabajo de campo de una investigación de mercados

Sku: CT2572

Horas: 31

Formato: HTML

CONTENIDOS

1. Definición del plan de trabajo de campo en una investigación de mercados

- 1.1. Tipos de investigación y organización del trabajo de campo
- 1.2. El uso de las modernas tecnologías en el trabajo de campo
- 1.3. Trabajo de campo en la investigación internacional de mercados

2. Fases del trabajo de campo en una investigación de mercados

- 2.1. Recopilación de los datos
- 2.2. Selección de encuestadores
- 2.3. Formación de entrevistadores
- 2.4. Supervisión del trabajo de campo
- 2.5. Validación del trabajo
- 2.6. Evaluación de los encuestadores

3. Planificación de los medios necesarios para el trabajo de campo

- 3.1. Técnicas de organización del trabajo de campo: el cronograma
- 3.2. Aplicaciones informáticas de gestión de tareas
- 3.3. Programación del trabajo de campo: asignación de tiempos y cargas de trabajo

4. La red de campo

- 4.1. Tipos de redes de campo: internas o externas
- 4.2. Distribución territorial de los encuestadores

5. Localización física de la muestra

- 5.1. Hojas de ruta

6. Simulación de la planificación del trabajo de campo en una investigación de mercados. Caso práctico