



Métodos y tipos de encuesta en investigación de mercados

Sku: CT2576

Horas: 31

Formato: HTML

CONTENIDOS

1 Encuesta personal presencial.

- 1.1 Características fundamentales de la encuesta presencial.
- 1.2 Aplicación de normas ESOMAR sobre encuestas
- 1.3 Técnicas de comunicación eficaz.
- 1.4 Medios utilizados: cuaderno de campo, manual de instrucciones.

2 La encuesta personal asistida por ordenador (CAPI).

- 2.1 Las nuevas tecnologías y la investigación.
- 2.2 Programas de software para encuestas asistidas por ordenador.

3 El cuestionario.

- 3.1 Ritmo del cuestionario.
- 3.2 Secuencia de la realización.
- 3.3 Las fases a atender en el proceso.
- 3.4 Errores por la entrevista: la falta de respuesta y el error en la respuesta.

4 Valoración de la encuesta personal.

- 4.1 La responsabilidad del encuestador.
- 4.2 El control de validación externo.

5 Encuesta telefónica.

- 5.1 Características y finalidad de las encuestas por teléfono: puntos fuertes y débiles.
- 5.2 El Call-center y su relación con las encuestas telefónicas.
- 5.3 Encuesta telefónica y acciones comerciales: métodos distintos.
- 5.4 Incidencias habituales en la encuesta telefónica.
- 5.5 La entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI). Valoración de la encuesta telefónica.

6 Encuestas en Internet.

- 6.1 Características principales.
- 6.2 Plataformas on line gratuitas.
- 6.3 Programas de software.
- 6.4 La entrevista «on line» asistida por ordenador (CAWI). Valoración de la encuesta «on line».

7 Encuesta postal.

- 7.1 Aspectos específicos de la encuesta postal: puntos fuertes y débiles.

7.2 Carta de presentación.

7.3 Valoración de la encuesta postal. Validez y representatividad de las encuestas.