

## DESCRIPCIÓN

Los objetivos de este curso son:

- Definir un procedimiento de recogida de información eficaz y eficiente, a partir de distintas técnicas de recogida de la información en relación a una demanda u objetivos del plan de investigación.
- Diseñar cuestionarios de recogida de información para la realización de encuestas tanto de forma personal como telefónica y «on line»

## DIRIGIDO A

El curso está dirigido a alumnos interesados en la temática, y permitirá al usuario adquirir los conocimientos y destrezas necesarias para desempeñar funciones relacionadas con la materia.

## REQUISITOS ESPECIALES DE ACCESO Y OBTENCIÓN DEL TÍTULO

No se establecen requisitos previos de acceso:

Requisitos para la obtención del título:

- Completar el 100% de las autoevaluaciones
- Lectura/ Estudio del material didáctico completo
- Visionado de los videos formativos
- Superar el examen final con una nota superior al 60% (3 intentos máximo)

Los alumnos que no superen el examen final, pero cumplan el resto de requisitos, podrán solicitar un certificado de Participación emitido por INTEDYA Internacional

### FICHA DEL CURSO



#### Modalidad Elearning

Duración: 40 h / Duración Recomendada: 5 semanas



#### Titulación Otorgada

Diseño de encuestas y cuestionarios de investigación



#### Título emitido por

**Intedya**  
International Dynamic Advisors



#### Material Entregado

El curso está compuesto por material interactivo, con:

- Videos explicativos de cada unidad didáctica
- Pruebas de evaluación
- Tutorización on line
- Examen Final

## FICHA DEL CURSO



### Modalidad Elearning

Duración: 40 h / Duración  
Recomendada: 5 semanas



### Titulación Otorgada

Diseño de encuestas y cuestionarios de  
investigación



### Material Entregado

El curso está compuesto por material  
interactivo, con:

- Videos explicativos de cada  
unidad didáctica
- Pruebas de evaluación
- Tutorización on line
- Examen Final



### Título emitido por

  
International Dynamic Advisors

## TEMARIO

### Unidad didáctica 1. 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. Caso práctico

### Unidad didáctica 2. 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