

DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA UNIDAD FORMATIVA

UNIDAD FORMATIVA	PROGRAMACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO DE LA INVESTIGACIÓN	DURACIÓN	60
		Específica	
Código	UF2121		
Familia profesional	COMERCIO Y MARKETING		
Área Profesional	Marketing y Relaciones Públicas		
Certificado de profesionalidad	ASISTENCIA A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	Nivel	3
Módulo formativo	Organización del trabajo de campo	Duración	120
Resto de unidades formativas que completan el módulo	Gestión y dirección de equipos de encuestadores		60

Apartado A: REFERENTE DE COMPETENCIA

Esta unidad formativa se corresponde con la RP2, RP4 en lo relativo a la organización de equipos de encuestadores, RP5 y RP6 en relación al control del trabajo de campo y RP7.

Apartado B: ESPECIFICACIÓN DE LAS CAPACIDADES Y CONTENIDOS

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Aplicar técnicas de organización del trabajo de campo a realizar por un equipo de encuestadores a partir de un plan de investigación de mercados.

CE1.1 Describir las fases y aspectos del trabajo de campo de una investigación de mercados y opinión.

CE1.2 A partir de distintos supuestos de investigación de mercados convenientemente caracterizados, asignar tiempos y medios necesarios para la ejecución del trabajo de campo por los componentes del equipo de encuestadores utilizando aplicaciones de gestión de tareas y de acuerdo a la jornada laboral y tiempos de descanso necesarios para la realización efectiva del trabajo.

CE1.3 Describir las técnicas de asignación de rutas de acuerdo con las necesidades del plan de investigación y aplicando, en su caso, aplicaciones informáticas.

CE1.4 A partir de distintos supuestos de investigación de mercados convenientemente caracterizados, elaborar hojas de ruta o definir áreas de trabajo a realizar por un determinado equipo de encuestadores que permitan la realización efectiva de los objetivos establecidos.

CE1.5 Describir las normas o instrucciones de trabajo de los entrevistadores / encuestadores de acuerdo a la normativa vigente y códigos reconocidos en el sector.

CE1.6 Dado un plan de investigación de mercados, aplicar técnicas de organización al plan del trabajo de campo y simular la transmisión al equipo de encuestadores de las instrucciones, los objetivos e interés de su labor en el trabajo de campo.

CE1.7 Determinar las ventajas y desventajas de una dirección por objetivos de un equipo de encuestadores en cuanto a: definición de objetivos, responsabilidades, competencias personales, plazos, motivación, apoyo técnico-emocional y toma de decisiones.

C2: Aplicar métodos de control y evaluación del trabajo de campo en el seguimiento de las actividades y desempeño del trabajo de campo.

CE2.1 Identificar las variables críticas que hay que controlar en el desarrollo y desempeño del trabajo de campo de una investigación de mercados.

CE2.2 Describir los métodos y ratios que se utilizan habitualmente para medir la ejecución del plan y desempeño del equipo de encuestadores.

CE2.3 A partir de un caso debidamente caracterizado con datos de ejecución y desarrollo un estudio de mercado con un determinado número de encuestadores:

- Definir los ratios de control de ejecución efectiva del trabajo de campo: número de entrevistas realizadas por día/entrevistas previstas por encuestador, zona o criterio establecido.
- Determinar la periodicidad óptima para la realización de evaluaciones de desempeño analizando las ventajas para la organización y seguimiento del trabajo.
- Calcular los porcentajes de cumplimiento de cuotas de contactación realizadas según criterios establecidos (sexo, edad, renta de los entrevistados entre otros).

CE2.4 En un supuesto convenientemente caracterizado, donde se indique el resultado del seguimiento de un equipo de encuestadores:

- Analizar la actuación de los miembros del equipo de encuestadores identificando los problemas o desviaciones en los resultados obtenidos.
 - Determinar las actuaciones concretas a realizar con cada uno de los miembros del equipo de encuestadores en función del análisis y de los datos observados.
- CE2.5 Dado un informe sobre los resultados obtenidos por los miembros de un equipo de trabajo:
- Clasificar a los miembros del equipo en función de los resultados obtenidos.
 - Explicar los criterios utilizados para realizar esta clasificación.
 - Analizar los resultados de desempeño y desarrollo del trabajo de campo.
 - Elaborar un informe de control y evaluación del desempeño con los resultados obtenidos.
- CE2.6 Establecer las variables y componentes que debe tener una herramienta de seguimiento y evaluación del desarrollo del trabajo de un equipo de encuestadores.
- C3: Elaborar informes en las diferentes fases de organización y control de la actividad y desempeño de los encuestadores.
- CE3.1 Describir la estructura que sigue un informe tipo sobre la actividad de los encuestadores.
- CE3.2 Identificar las principales aplicaciones, procesadores de texto, presentaciones y/o animación, en función de los tipos de informes y documentos.
- CE3.3 Identificar los procedimientos habituales de introducción y transferencia de contenidos entre documentos.
- CE3.4 En un caso práctico convenientemente caracterizado, sobre la valoración del perfil de encuestadores, transcribir la información obtenida de manera precisa a través de procesadores de texto u hojas de cálculo organizándolos de acuerdo con la finalidad de los mismos.
- CE3.5 En un caso práctico convenientemente caracterizado, sobre el proceso de selección de encuestadores:
- Localizar toda la información disponible sobre el tema.
 - Sintetizar la información recogiendo los datos más relevantes.
 - Realizar un informe comparativo con los resultados del proceso de selección, proponiendo a los posibles candidatos, utilizando en su elaboración aplicaciones ofimáticas si son necesarias.
- CE3.6 En un supuesto convenientemente caracterizado, donde se indique el resultado del seguimiento de un equipo de encuestadores:
- Analizar y evaluar la actuación de sus miembros.
 - Determinar las actuaciones concretas a realizar con cada uno de los miembros del equipo de trabajo en función del análisis y de los datos observados.
- CE3.7 Dado un informe sobre los resultados obtenidos por los miembros de un equipo de trabajo en un trabajo de campo convenientemente caracterizado:
- Clasificar a los miembros del equipo en función de los resultados obtenidos.
 - Explicar los criterios utilizados para realizar esta clasificación.
 - Analizar los resultados
 - Elaborar un informe con los mismos incluyendo gráficos, tablas, propuestas, recomendaciones y/o sugerencias y, finalmente, retribuciones de los encuestadores según sus resultados, utilizando en su elaboración las aplicaciones informáticas apropiadas.

Contenidos:

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

- Definición del plan de trabajo de campo en una investigación de mercados.
 - Tipos de investigación y organización del trabajo de campo
 - El uso de las modernas tecnologías en el trabajo de campo
 - Trabajo de campo en la investigación internacional de mercados
- Fases del trabajo de campo en una investigación de mercados.
 - Recopilación de los datos
 - Selección de encuestadores
 - Formación de entrevistadores
 - Supervisión del trabajo de campo
 - Validación del trabajo
 - Evaluación de los encuestadores
- Planificación de los medios necesarios para el trabajo de campo.
 - Técnicas de organización del trabajo de campo: el cronograma.
 - Aplicaciones informáticas de gestión de tareas.
 - Programación del trabajo de campo: asignación de tiempos y cargas de trabajo.
- La red de campo.
 - Tipos de redes de campo: internas o externas
 - Distribución territorial de los encuestadores.

- Localización física de la muestra.
 - Hojas de ruta.
- Simulación de la planificación del trabajo de campo en una investigación de mercados. Caso práctico

2. Control y evaluación del desempeño del trabajo de campo de una investigación de mercados

- Métodos de evaluación del desempeño del trabajo de campo.
- Edición y control de calidad
- Control de la muestra
- Control de la información falseada
 - Control central o distribuido
 - Informes de control de actividad: Tipos y estructura de los informes. Ratios de control.
 - Aplicaciones de elaboración y presentación de informes de control de investigación de mercados.
- Conceptos básicos, ventajas e inconvenientes de la evaluación del desempeño de encuestadores.
 - Tiempo y coste como dimensiones del desempeño
 - Índices de respuesta de los entrevistados
 - Calidad de la entrevista y de los datos obtenidos
- Verificación de los cuestionarios: edición, codificación y transferencia de datos.
- Sistemas de control telefónico de los cuestionarios
 - Aspectos que se someten a verificación: extensión y calidad de la entrevista, reacción ante el entrevistador
- Aplicaciones informáticas para la recogida de información por ordenador (CAPI y CATI) en el control del trabajo de campo:
 - Utilidades
 - Simulación del registro de la información y evaluación del trabajo de campo.
 - Elaboración y presentación de informes de control del campo en la investigación de mercados.

Apartado C: REQUISITOS Y CONDICIONES

Deberá cumplir alguno de los requisitos siguientes:

- Estar en posesión del título de Bachiller
- Estar en posesión de algún certificado de profesionalidad de nivel 3.
- Estar en posesión de un certificado de profesionalidad de nivel 2 de la misma familia y área profesional
- Cumplir el requisito académico de acceso a los ciclos formativos de grado superior o haber superado las correspondientes pruebas de acceso a ciclos de grado superior.
- Tener superada la prueba de acceso a la universidad para mayores de 25 años y/o de 45 años
- Tener, de acuerdo con la normativa que se establezca, los conocimientos formativos o profesionales suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación

En relación con las exigencias de los formadores o de las formadoras, instalaciones y equipamientos se atenderá las exigencias solicitadas para el propio certificado de profesionalidad.