



UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA

Sílabo del curso Estructura de encuesta por muestreo

MARZO - JULIO 2016

VIII Ciclo

Profesor

Luis Sánchez Alvarado

I. Datos generales del curso

Asignatura : **Estructura de encuesta por muestreo**

Código: ES-823-A

Semestre: 2016 - 1

Ciclo: VIII

II. Objetivos del curso

El objetivo del curso es presentar al alumno todos los conceptos y herramientas para la elaboración y ejecución de estudios basados en encuestas, esto aplicado a diferentes campos de la investigación contribuyendo de esta forma a la mejor toma de decisiones.

III. Metodología

El curso promueve la participación activa del estudiante por lo que las sesiones de aprendizaje combinarán la exposición del docente-facilitador con el análisis de lecturas, para reforzar el aprendizaje y desarrollar en el participante las competencias necesarias para desenvolverse exitosamente en el mundo empresarial como son la capacidad de análisis, síntesis crítica, solución de problemas.

IV. Evaluación

El sistema de evaluación es permanente e integral. La nota de la asignatura se obtiene de:

- Promedio de prácticas calificadas
- Examen Parcial
- Examen Final

Todas las evaluaciones serán en su mayoría aplicaciones prácticas de lo aprendido en clase de tal forma que los alumnos puedan tener un acercamiento real al estudio de encuestas.

V. Contenido programado

SEMANA	CONTENIDOS	ACTIVIDADES / EVALUACIÓN
1° Semana Sábado 2 de Abril	Introducción a la investigación por encuesta <ul style="list-style-type: none">• Concepto de investigación por encuesta• Ventajas del análisis de encuesta• Tipos de encuesta por modo de aplicación• Tipos de encuesta por dimensión temporal• Etapas de los estudios de encuesta• Errores en la investigación por encuesta	Presentación de la metodología del curso.

<p>2°</p> <p><i>Semana</i> Sábado 9 de Abril</p>	<p>Diseño muestral</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisión de Brief • Diseño muestral • Definición del objetivo del estudio • Definición de la población objetivo • Marco muestral • Determinación del tamaño de muestra 	<p>Desarrollo de casos</p>
<p>3°</p> <p><i>Semana</i> Sábado 16 de Abril</p>	<p>Conceptos de medición</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variables • Constructo • Escalas de medición • Confiabilidad • Validez • Índices • Construcción de índices • Medición de la actitud 	<p>Primera práctica calificada</p>
<p>4°</p> <p><i>Semana</i> Sábado 23 de Abril</p>	<p>Diseño de cuestionarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición de cuestionarios • Roles de un cuestionario • Forma como las personas contestan • Requisitos de un buen cuestionario • Elaboración del plan analítico • Estructura básica de un cuestionario • Tipo de preguntas • Tipo de respuestas • Orden y secuencia lógica • Redacción correcta de preguntas • Pruebas piloto 	<p>Desarrollo de casos</p>
<p>5°</p> <p><i>Semana</i> Sábado 30 de Abril</p>	<p>Desarrollo de una encuesta Online</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementación de la encuesta web 	<p>Desarrollo de casos</p>
<p>6°</p> <p><i>Semana</i> Sábado 7 de Mayo</p>	<p>Desarrollo de casos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementación de cuestionarios 	<p>Segunda práctica Calificada</p>
<p>7°</p> <p><i>Semana</i> Sábado 14 de Mayo</p>	<p>Trabajo de campo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo de campo para encuesta en hogares • Trabajo de campo para encuestas en puntos • Trabajo de campo para encuestas telefónicas • Trabajo de campo para estudios de tracking • Validaciones para la digitación de dato 	<p>Desarrollo de casos</p>
<p>8°</p> <p><i>Semana</i> Sábado 21 de Mayo</p>	<p>EXÁMENES PARCIALES</p>	

<p>9°</p> <p>Semana Sábado 28 de Mayo</p>	<p>Análisis estadístico básico aplicado a encuestas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procesamiento de datos • Estadística descriptiva • Gráficos univariados • Tratamiento de datos en SPSS 	<p>Desarrollo de casos</p>
<p>10°</p> <p>Semana Sábado 04 de Junio</p>	<p>Estructuras de preguntas para análisis multivariados</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estructura de preguntas • Formas de análisis 	<p>Desarrollo de casos</p>
<p>11°</p> <p>Semana Sábado 11 de Junio</p>	<p>Diseño de encuestas especializadas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuestas de satisfacción • Encuestas de opinión 	<p>Tercera práctica calificada</p>
<p>12°</p> <p>Semana Sábado 18 de Junio</p>	<p>Informe y presentación de resultados</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pautas para la elaboración de informes • Reglas prácticas para presentación de resultados 	<p>Desarrollo de casos</p>
<p>13°</p> <p>Semana Sábado 25 de Junio</p>	<p>Taller dirigido</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de un estudio completo 	<p>Desarrollo de casos</p>
<p>14°</p> <p>Semana Sábado 2 de Julio</p>	<p>Presentación del brief del proyecto final</p>	<p>Cuarta práctica calificada</p>
<p>15°</p> <p>Semana Sábado 9 de Julio</p>	<p>Presentación de propuestas para el desarrollo del proyecto final</p>	
<p>16°</p> <p>Semana Sábado 16 de Julio</p>	<p>EXÁMENES FINALES</p>	
<p>17°</p> <p>Semana Sábado 23 de Julio</p>	<p>EXÁMENES SUSTITUTORIOS</p>	

VI. Bibliografía

- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (5. Ed). México, DF: Pearson Prentice-Hall.
- William G., Barry J. *Investigación de Mercados*. Cengage 2010.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, W., Black, W. (1999). *Análisis Multivariante* (5. Ed.) Madrid
- Carlos V. *Análisis multivariante*. Cengage 2016.
- Vidal D. *Opiniones y Actitudes*. Centro de investigaciones sociológicas 2010.
- Norman B., Seymour S. *Asking Questions The definitive Guide to questionnaire*. 2004

VII. Profesor

Luis Alberto Sánchez Alvarado