**Actividad 1**

1. ¿Por qué en este caso el entrevistador elige esta técnica en el lugar de un cuestionario?

2. ¿Qué le interesa saber al entrevistador?

3. ¿Existen elementos emergentes que el entrevistador probablemente no previó con interioridad? (elementos emergentes: información que emerge de la entrevista sin ser buscada intencionalmente)

4. ¿Cómo actúa el entrevistador frente a estos elementos emergentes?

5. ¿Qué grado de estructuración tiene la entrevista?

6. ¿Qué ventajas y desventajas se encuentran en utilizar este tipo de técnica en comparación con un cuestionario estandarizado?

**Actividad 2:**

Elabore una **Encuesta** a partir de los posibles casos de estudio.

Indique empresa/productos que enfatizarán, a qué publico estará dirigido, cual es el objetivo de aplicar esta encuesta, población/muestra que tomarán (descripción general, justifique por qué selecciona esa muestra), que estrategias utilizarán para aplicar la encuesta. Preguntas a realizar en el formulario.

* **Estudio de Imagen de empresas** (entre el público en general y también en públicos específicos (los usuarios de un servicio, los clientes de un banco, los socios de un club)
* **Análisis del posicionamiento de productos y marcas** entre los consumidores ([Ejemplo encuesta](https://app.evalandgo.com/s/index.php?a=JTk1ciU5MWklOTglQjA=&id=JTk3aiU5M24lOUYlQTk=)) ([tienda de ropas](https://www.opcion.com.uy/marketing/fasttrack-de-marcas-edicion-tiendas-de-ropa/))
* **Estudios de comportamiento de consumidores**

**Actividad 3**

1. ¿Cuál es el objetivo de este grupo de discusión?
2. ¿Por qué crees que se elige esta técnica para este objeto de estudio?
3. ¿Cuál es el papel del moderador?