

INVESTIGACION DE MERCADO

Lic. en administración de empresas
GIBRAN DE JESUS HERNANDEZ AGUILAR

Sistemas de información de la mercadotecnia

Puede definirse como un conjunto de relaciones estructuradas, donde intervienen los hombres, las máquinas y los procedimientos, y que tiene por objeto el generar un flujo ordenado de información pertinente, proveniente de fuentes internas y externas a la empresa, destinada a servir de base a las decisiones dentro de las áreas específicas de responsabilidad de marketing.

Investigación de mercados fundamenta el primer esbozo sobre el que construimos cualquier estrategia de marketing. Si quieres entrar en un sector de la economía productiva con un producto o servicio te verás obligado a elegir.

Aplicaciones de la investigación de mercados

, Análisis del consumidor: Usos y actitudes, Efectividad publicitaria, Análisis de producto, Estudios comerciales, Estudios de distribución, Medios de comunicación, Estudios sociológicos y de opinión pública:

Proceso de la investigación de mercados

Es un conjunto de cinco pasos sucesivos que describen las tareas que deberán realizarse para llevar a cabo un estudio de investigación de mercados Este conjunto de cinco pasos, incluye: 1) Definición del problema y de los objetivos de la investigación, 2) diseño del plan de investigación, 3) recopilación de datos, 4) preparación y análisis de datos, y 5) interpretación, preparación y presentación del informe con los resultados.

El diseño de la investigación

Es el plan para la realización del proyecto de investigación de mercados, éste determina el procedimiento para la obtención de información y el análisis de datos con el fin de resolver el problema de investigación.

Definir un problema de investigación

es el combustible que impulsa el proceso científico y constituye la base de cualquier método de investigación y diseño experimental, desde un experimento verdadero hasta un estudio de caso.