

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

**6TO. CUATRIMESTRE. ADMINISTRACION Y ESTRATEGIA DE
NEGOCIOS.**

MAESTRO: ALDO IRECTA.

ALUMNA: VANESSA GUADALUPESÁNCHEZ PIMENTEL.

sistema de información

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

SISTEMA DE INFORMACIÓN

Es un conjunto de elementos, instrumentos y procedimientos para obtener, registrar y analizar datos, con el fin de transformarlos en información útil para tomar decisiones de mercadotecnia.

INVESTIGACIÓN COMERCIAL

APORTA

Aporta al sistema de información los métodos y técnicas adecuados para obtener datos y analizarlos de forma rigurosa.

PROPORCIONA

Los estudios necesarios que permitan elaborar estrategias comerciales efectivas, con las que se puedan alcanzar los objetivos de mercadotecnia de la organización.

CUENTA

Con los mecanismos necesarios para la incorporación de los mismos a la base de datos de la organización.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Se utiliza muchas veces como sinónimo de investigación comercial.

GREEN Y TULL,

Es la búsqueda y análisis sistemático y objetivo de la información relevante para la identificación y solución de cualquier problema en el campo de la mercadotecnia.

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION

Supone una enumeración completa de sus funciones y de las etapas seguidas en su desarrollo.

FINES

- Proporcionar información.
- Identificar problemas y oportunidades.
- Desarrollar y evaluar cursos de acción alternativos.