Nombre de alumno: Carlos Daniel Rodríguez Galindo

Nombre del profesor: Aldo Irecta

Nombre del trabajo: MAPA CONCEPTUAL

Materia: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Grado: 6

Grupo: U

Comitán de Domínguez Chiapas a 22 de Mayo de 2020.

Trial Mode
XMind ZEN

Mercado

Investigación de Mercado

- Es
  - Un proceso sistemático para obtener información que sirve a la empresa en la toma de decisione.
    - La Clasifican
      - En Dos Aspectos
        - Identificación del problema
        - Investigación para la solución del mismo
        - *La Información*
          - Sirve para identificar, definir, evaluar y generar las oportunidades y problemas de Marketing
- Tipos de Investigación de Mercados
  - Mercado total
    - Es
      - La Cantidad de producto que se vende en un mercado sin importar si son de una empresa o de todas las que abastecen el mercado
  - Penetración de Mercado
    - Es
      - La cantidad de productos que se venden en determinado universo
        - Se Refiere
          - A una cantidad de consumidores de una zona determinada
  - Crecimiento de mercado
    - Es
      - El incremento en la cantidad de unidades vendidas de un producto o servicio, en determinado tiempo
  - Mercado potencial
    - Es la cantidad de un producto que podría venderse en el futuro.
      - Mientras que
        - El Mercado probable
          - Es la parte de un mercado que muestra interés por un producto.

AMAI

- Es
  - La Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública, A.C
    - Fue
      - Fundada en 1992
        - Siendo
          - Una organización independiente de empresas que realizan investigación de mercados, opinión y comunicación