

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Investigación de mercado

Alumna: Tannia Ventura Arizmendi

Docente: Aldo Irecta Nájera

VI Cuatrimestre.

UNIDAD 4

Mapa conceptual

Lic. Administración y estrategia
de negocios.

Fecha de entrega: 23/07/2020



Fuentes de información

Son los

Origenes de la información

TIPOS

Primarias

Son

Específicas para la investigación a efectuar

Secundarias

Pueden ser

Internas

Son las

Generadas por la misma organización

Externas

Son

Públicas

Ejemplos

- Estadísticas
- Censos (INEGI)

Privadas

Por alguna institución en particular

ENCUESTA

Es la

Información en investigación comercial

Tipos

Personal

Es

Flexible, fiable y rápida

Por telefono

Es

Rápida y cómoda

Por correo

Ventaja

Bajo costo

Desventaja

Brevedad, complejas, y con dudas

CUESTIONARIO

Debe ser

Breve y cuidadoso en la explicación

Requisitos

- Definir el problema a investigar
- Formular las hipótesis
- Especificar las variables y las escalas de medida



BIBLIOGRAFIA

- Antología UDS, Investigación de mercados, recuperado 21/07/2020, Socoltenango Chiapas.

Obtenido por:

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/files/asignatura/f1b9bec9f225216ed494cb2b655fe86f.pdf>