



PASIÓN POR EDUCAR

Nombre de la alumna: Angélica Figueroa García

Nombre del profesor: Aldo Irecta

Nombre del trabajo: Mapa conceptual

Materia: Investigación de mercados

Grado: 6to Cuatrimestre

Grupo: Único

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a 2 de julio del 2020.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Sistemas de información

Puede definirse como

El sistema de información debe contar con los mecanismos necesarios para la incorporación de los mismos a la base de datos de la organización

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

Es aquel que

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

Mediante la investigación comercial el sistema de información puede proporcionar

Los estudios necesarios que permitan elaborar estrategias comerciales efectivas

Con las que se puedan alcanzar los objetivos de mercadotecnia de la organización

Investigación comercial

Proporciona al sistema de información, la metodología adecuada para obtener los datos

Además debe

Proporcionar los métodos y técnicas adecuados para tratar y analizar los datos obtenidos

Esto implica

Diseñar un sistema para el acceso a las fuentes de información y la recolección de datos

Estos datos pueden ser

Internos

Externos