



Nombre de la alumna:

ARIADNA ALBORES ESCALANTE

Nombre del profesor:

MYREILLE ERENDIRA RODRIGUEZ ALFONZO

Nombre del trabajo:

MAPA CONCEPTUAL

Materia:

DESARROLLO DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

Grado:

9°LAEN

Comitán de Domínguez Chiapas a 09 de junio del 2020.

PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Tipos de investigación

Existen tres estudios para realizar nuestra investigación

Estudios exploratorios

Es el descubrimiento de ideas y conocimientos

Estudios descriptivos

Describir las características de ciertos grupos, la frecuencia con lo que ocurre algo y la relación entre variables

Estudios experimentales

Contrastar hipótesis y establecer relaciones de causa-efecto

Especificación de la hipótesis

En este punto es cuando nos adelantamos a los resultados y lo que esperamos obtener mediante la investigación

A donde planeamos llegar con el estudio que realizaremos

Definición, clasificación y medidas de las variables

Variables que puede llegar a tener el problema, donde vemos 4 puntos

Comportamientos

Presentes, pasados o intenciones

El consumo, el lugar de compra, el cambio de marca

Atributos

Características demográficas

Características socioeconómicas

Características psicograficas

Actitudes/opiniones

Creencias, valores, preferencias, entre otros

Las opiniones son una expresión verbal de las actitudes

Motivaciones o necesidades

Nuevas modalidades de previsión y ahorro

Servicio telefónico por radio

Motivar al consumidor del producto o servicio