



INVESTIGACION DE MERCADOS

Mapa conceptual



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

LICENCIATURA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

MATERIA: INVESTIGACION DE MERCADOS

ALUMNO: JIMENEZ MENDEZ JOEL EZEQUIEL

PROFESOR: IRECTA NAJERA ALDO

23 DE MAYO DE 2020

INVESTIGACION DE MERCADOS

¿Qué es?

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.

Tipos

- Exploratorios.
- descriptivos
- causales.

Investigador de mercados
AMAI

¿Qué es?

Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado
es el organismo encargado de mantener la transparencia y calidad en la investigación de mercados en México, estableciendo estándares de calidad y de niveles socioeconómicos.

Se enfoca

Su enfoque es realizar encuestas, entrevistas y estadísticas que puedan servir para investigar al mercado y a la opinión pública en nuestro país.

Importancia

La importancia de la creación de esta institución en México radica en la constante innovación y preocupación que tiene por qué se realicen productos y servicios de calidad.

Exploratorios
La investigación exploratoria tiene el objetivo de investigar y analizar información específica que no ha sido profundamente estudiada.

Descriptivos
Se enfoca en realizar un informe detallado sobre el fenómeno de estudio, sus características y configuración. No le importan ni las causas, ni las consecuencias de este, solamente quiere tener una visión clara para entender su naturaleza.

Causales
Con este tipo de investigación es posible encontrar la relación existente entre la causa y consecuencia de un fenómeno específico. De esta forma es posible conocer el porqué de este y cómo ha llegado a su estado actual.

Uno de los objetivos de la investigación de mercado es el de aportar información a la empresa sobre las necesidades del mercado, ayudándola así a la definición de estrategias y consecución de objetivos.