

**“DISEÑO DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE
MERCADOS”**

Lic. Icel Bernardo Lepe

PRESENTA LA ALUMNA:

Mayra Lizbeth Pérez Pérez

**CUATRIMESTRE, GRUPO,
6to cuatrimestre “D”**

CARRERA Y MODALIDAD:

Lic. Administración de empresas, Semiescolarizado

Frontera Comalapa, Chiapas

22 de Mayo del 2020.

Diseño de un proyecto de investigación de mercado

¿Qué es?

Esta es la estructura que especifica el tipo de información que se recolectará, las fuentes de datos y el procedimiento de recolección de datos.

Objetivos

Proporcionar información útil, para la identificación y solución de los diversos problemas de las empresas, así tomar las decisiones adecuadas.

Puede hacerse mediante dos maneras

Fuentes internas

Primaria: Departamento de la empresa.
Secundaria: Estudios previos, interempresariales.

Fuentes externas

Primaria: El mercado general
Secundaria: Guías bibliográficas, centros de documentación, bancos de datos.

Usos de la investigación

- Determinar Objetivos.
- Desarrollar planes de acción.
- De productos y líneas de productos.
- De Precios.

Tipos de mercados

- ❖ La investigación de antecedentes
- ❖ La investigación cuantitativa
- ❖ La investigación cualitativa
- ❖ La investigación experimental
- ❖ La investigación Exploratoria.
- ❖ La investigación concluyente
- ❖ El monitoreo del desempeño

Actividades típicas del diseño

Obtención de una definición manejable del problema.

Especificación de la información que se necesita para tomar la decisión.

Encontrar las fuentes de datos disponibles y determinar su calidad.

Selección de la metodología y de las fuentes de datos.

Selección de los recursos.

Preparación de un plan formal de acción con su presupuesto.