

Diseño de un proyecto de investigación de mercado

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

ICEL BERNARDO LEPE ARRIAGA

PRESENTA EL ALUMNO:

José Alberto Herrera Vazquez

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

6to. Cuatrimestre “D” Administración de empresas

Semiescolarizado

Frontera Comalapa, Chiapas

23 de MAYO de 2020

Diseño de un proyecto de investigación de mercado

Actividades típicas del diseño

ES

Obtención de una definición manejable del problema
especificación de la información que se necesita para tomar la decisión y lo que esto implica.
Encontrar las fuentes de datos disponibles y determinar su calidad, costo y accesibilidad.
lección de la metodología y de las fuentes de dato
selección de la metodología y de las fuentes de datos
Preparación de un plan formal de acción con su presupuesto y obtención de la aprobación de la dirección.

Para realizar el diseño de la investigación es necesario hacer una serie de preguntas

SON

¿Son apropiadas las fuentes especificadas para la investigación?

¿La investigación de mercados proporciona un equilibrio adecuado a su plan de investigación entre las diversas fuentes de información y técnicas de investigación?

Si se proponen encuestas: ¿Cuál será el tamaño ideal de las muestras?

¿Se requiere de consultas externas y de trabajos de campo?, ¿Debe haber ofertas de competencia?

¿Es la metodología de la investigación entendible a clara? ¿La información brindada será clara para quienes al final deberán tomar decisiones de la

LISTAS DE CONFORMACIÓN

ES

Una lista de conformación, es simplemente un documento que plasma algunas consideraciones que hacen los responsables de los proyectos, con el fin de observar si la investigación planteada será o no útil dados los objetivos de la empresa.

Para la creación de listas de conformación es importante hacer ciertas preguntas

SON

¿Qué es exactamente lo que se necesita en cuanto a información?

¿Es el grupo de investigación de mercado el adecuado para la tarea?

¿En qué medida entran en juego las demás áreas funcionales de la empresa, tanto dentro como fuera del mercado?

¿Qué mecanismos de coordinación son necesarios?

¿Son razonables el tiempo y el presupuesto asignados?

¿Se lograrán resultados concluyentes de la investigación?