



Nombre de la alumna: Arely Gerónimo Díaz

Nombre del profesor: Lic. Icel Bernardo Lepe Arriaga

Nombre Del trabajo: Mapa conceptual del tema “investigación de mercados”

Materia: Investigación de mercados

Grado: 6to cuatrimestre

Grupo: Administración de empresas semiescolarizado “D”

Frontera Comalapa, Chiapas a 13 de junio del 2020.

INVESTIGACION DE MERCADOS

Es

Es el proceso objetivo y sistemático en el que se genera la información para ayudar en la toma de decisiones de mercado.

DISEÑO DE LA INVESTIGACION DE MERCALDOS

Es

La Estructura para realizar la investigación

Actividades típicas

Definición manejable del problema

Especificación de la información

Encontrar fuentes de datos disponibles

Selección de la metodología y las fuentes de datos

Selección de los recursos

Preparación de un plan formal de acción

DETERMINACION DEL PROBLEMA A INVESTIGAR

Es

La Especificación de los objetivos de la investigación.

Por ejemplo

¿Qué se quiere investigar?

¿En qué aspecto del problema se quiere profundizar?

¿Qué hipótesis se quieren contrastar?

¿Qué variables influyen?

TIPOS DE INVESTIGACION

Se clasifica en

Diseños exploratorios

Objetivo

Descubrir ideas y conocimiento

Diseños descriptivos.

Objetivo

Describir características de ciertos grupos

Diseños causales.

Objetivo

Contrastar hipótesis y establecer relaciones de causa-efecto

ESPECIFICACION DE HIPOTESIS

Es

La afirmación o negación sobre las variables

Sirve para

Anticipar las respuestas posibles planteadas.

Se deriva de

Investigaciones exploratorias previas

La experiencia del investigador.

LA DEFINICION, CLASIFICACION Y MEDIDAS DE LAS VARIABLES

Permite hacer

Operativos y susceptibles de medida los problemas a investigar

Las variables

Por escala utilizada

Se miden en

Nominales

Ordinales

intervalicas

Proporcionales

Según lo que mide

Se clasifican en

Comportamientos

Atributos

Actitudes/opiniones

Motivaciones y necesidades