

MAPA CONCEPTUAL
INVESTIGACION DE MERCADO
LEPE ARRIAGA ICEL BERNARDO

PRESENTA EL ALUMNO:

YOSUANY SANTIZO RAMIREZ

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

6 CUATRIMESTRE “D”

FRONTERA COMALAPA CHIAPAS

13 DE JUNIO DE 2020

INVESTIGACION DE MERCADOS

Se subdivide en

Definición,
clasificación y
medidas de
variables

Determinación del
problema a investigar

Tipos de investigación

3Especificación de la
hipótesis

a definición de las
variables permite
hacer operativos y
susceptibles de
medida los
problemas básicos a
investigar

Toda investigación debe
partir de una definición
clara y precisa del
problema a estudiar

— Diseños
exploratorios.
— Diseños
descriptivos.
— Diseños causales.

ponen de manifiesto lo
que se está buscando y
anticipan las
respuestas posibles a
las cuestiones
planteadas en la
investigación.

En función de lo que
miden, las variables
pueden clasificarse en
los grupos

problema incluye la
especificación de los
objetivos de la investigación

¿Qué se quiere investigar:
comportamientos, opiniones,
actitudes, percepciones,
preferencias, intenciones, etc.?

¿En qué aspectos de un
problema parcialmente
conocido se quiere
profundizar?

¿Qué hipótesis se quieren
contrastar?

Las hipótesis pueden
derivarse de la teoría, de
investigaciones
exploratorias previas o
de la experiencia del
investigador.

- a) Comportamientos
- b) Atributos
- c) Actitudes/opiniones
- d) Motivaciones o necesidades

La medida de las
variables viene
determinada por la
escala más utilizada

es la de Stevens, que incluye
cuatro tipos de escalas:
nominales, ordinales,
interválicas y proporcionales