Nombre de alumno: Sánchez Moreno Alondra Jacqueline

Nombre del profesor: Irecta Nájera Aldo

Nombre del trabajo: Mapa conceptual

Materia: Investigación de mercados

Grado: 6to cuatrimestre

Grupo: A

Comitán de Domínguez, Chiapas a 25 de julio de 2021.

OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

- ¿que son las fuentes de información?
  - Si los datos ya están disponibles
    - es decir
      - existen estadísticas o datos obtenidos en estudios anteriores
        - que sirven para
          - el propósito de la investigación a realizar
            - se trata
              - entonces de datos secundarios
- ¿cuales son los tipos de datos?
  - Datos primarios
    - son
      - aquellos que se obtienen de modo específico
        - para
          - a investigación a efectuar
    - si ser obtenidos expresamente para la investigación a realizar
      - son
        - los más idóneos
          - porque
            - se pueden adaptar a los propósitos del estudio
            - aunque, lógicamente
              - tienen un costo de obtención superior a los secundarios
  - datos secundarios
    - tienen
      - como ventaja su menor costo y tiempo necesario
        - para
          - obtenerlos
    - pueden ser inadecuados por tres razones
      - por la unidad de medida utilizada
      - por la definición de las clases o categorias
      - por la falta de actualización.
- encuestas
  - ¿que son las encuestas?
    - es
      - una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación
        - de
          - un cuestionario a una muestra de personas
            - proporciona
              - información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos
                - de
                - los ciudadanos
    - se aplica ante
      - la necesidad de probar una hipótesis
      - descubrir una solución a un problema
        - un
          - conjunto de testimonios
            - que puedan
              - cumplir con el propósito establecido
      - Identificar e interpretar
  - ¿que tipos de encuestas existen?
    - La encuesta personal
      - es
        - la más flexible
          - porque
            - pueden aclararse dudas o superar imprevistos
        - fiable
          - porque
            - se tiene certeza de quién contesta
    - La encuesta por correo
      - tiene
        - como principal ventaja su reducido costo
      - presenta
        - la baja tasa de respuestas que suele obtenerse
    - La encuesta por teléfono
      - es
        - un método cuya utilización ha aumentado en los últimos años
          - y así
            - ha mejorado su representatividad
      - ventaja
        - la rapidez
          - permite
            - la comunicación directa con el entrevistado
      - inconveniente principal
        - el de no
          - permitir cuestionarios extensos ni presentar imagenes
- el cuestionario
  - ¿que es el cuestionario?
    - es
      - aquel que plantea una serie de preguntas
        - para
          - extraer determinada información de un grupo de personas.
    - permite
      - recolectar información y datos
        - para su
          - tabulación
          - clasificación
          - descripción
          - análisis
            - en
              - un estudio o investigación
    - pueden usarse como
      - instrumentos de recolección de datos
      - como herramienta de evaluación en el ámbito escolar.
  - ¿cuáles son sus requisitos para un diseño apropiado?
    - Definir correctamente el problema a investigar
    - Formular de forma precisa las hipótesis
    - Especificar adecuadamente las variables y las escalas de medida

XMind | Trial Mode