Nombre de alumnos: Raúl Eduardo Jiménez Gómez

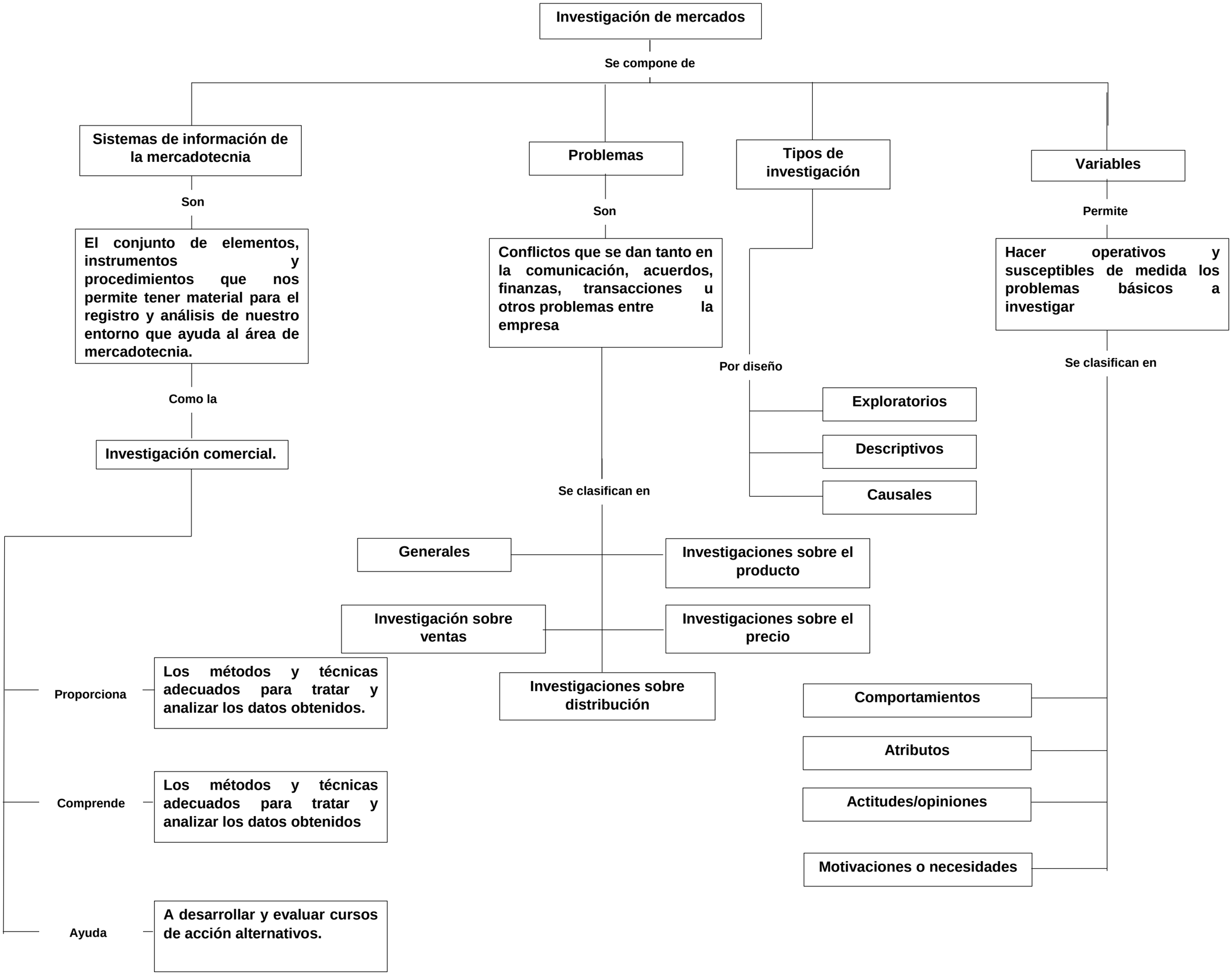
Nombre del profesor: Aldo Irecta Najera

Nombre del trabajo: Mapa conceptual

Materia: Investigación de Mercados

Grado: sexto cuatrimestre

Comitán de Domínguez Chiapas a 04/05/2021


Investigación de mercados
Se compone de
Sistemas de información de la mercadotecnia
Son
El conjunto de elementos, instrumentos y procedimientos que nos permite tener material para el registro y análisis de nuestro entorno que ayuda al área de mercadotecnia.
Como la
Investigación comercial.
Proporciona
Los métodos y técnicas adecuados para tratar y analizar los datos obtenidos.
Comprende
Los métodos y técnicas adecuados para tratar y analizar los datos obtenidos
Ayuda
A desarrollar y evaluar cursos de acción alternativos.
Problemas
Son
Conflictos que se dan tanto en la comunicación, acuerdos, finanzas, transacciones u otros problemas entre la empresa
Se clasifican en
Generales
Investigaciones sobre el producto
Investigación sobre ventas
Investigaciones sobre el precio
Investigaciones sobre distribución
Tipos de investigación
Por diseño
Exploratorios
Descriptivos
Causales
Variables
Permite
Hacer operativos y susceptibles de medida los problemas básicos a investigar
Se clasifican en
Comportamientos
Atributos
Actitudes/opiniones
Motivaciones o necesidades