



**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

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Un sistema de información

La investigación comercial

se refiere a

un conjunto de elementos, instrumentos y procedimientos

para

obtener, registrar y analizar datos

con el fin de

transformarlos en información útil

para

tomar decisiones de mercadotecnia

debe contar con

los mecanismos necesarios

para

la incorporación de los mismos a la base de datos

de

la organización

tener los procedimientos adecuados

para que

los datos puedan ser recuperados y consultados

de

forma ágil y rápida

La creciente utilización de bases de datos

para

el desarrollo de la acción comercial

ha dado lugar a

la denominada mercadotecnia de bases de datos

que consiste en

la aplicación de análisis y modelos estadísticos

así como

de sistemas expertos

utiliza

los métodos y técnicas científicos

para

identificar y resolver problemas de mercadotecnia

La investigación comercial

aporta al sistema de información

los métodos y técnicas adecuados

para

obtener datos y analizarlos de forma rigurosa

Mediante la investigación comercial

el sistema de información puede

proporcionar los estudios necesarios

que permitan

elaborar estrategias comerciales efectivas

con las que

se puedan alcanzar los objetivos

de

mercadotecnia de la organización