Catedratico: Aldo Irecta

Alumno: Luis Ferando Dominguez B

Materia: Investigacion de mercados
Gupo: A13

Unidad III

¿Que es un sistema de información?

Un sistema de información es unconjunto de datos que interactúan entre sí con un fin común.

Ciclo de vida de un sistema de información

- El ciclo de vida de un sistema de información es continuo y se compone de las siguientes fases:
- Investigación preliminar, identificación de fortalezas y amenazas
- Definición de las necesidades y requerimientos
- Diseño
- Desarrollo y documentación del software
- Pruebas
- Implementación y mantenimiento
- Identificación de debilidades y oportunidades.

Características de un sistema de información

Un sistema de información se caracteriza principalmente por la eficiencia que procesa los datos en relación al área de acción.

Los sistemas de información se alimentan de los procesos y herramientas de estadística, probabilidad, inteligencia de negocio, producción, marketing, entre otros para llegar a la mejor solución.

Un sistema de información se destaca por su diseño, facilidad de uso, flexibilidad, mantenimiento automático de los registros, apoyo en toma de decisiones críticas y mantener el anonimato en informaciones no relevantes.

Componentes de un sistema de información

- la entrada: por donde se alimentan los datos
- el proceso: uso de las herramientas de las áreas contempladas para relacionar, resumir o concluir,
- la salida: refleja la producción de la información, y
- la retroalimentación: los resultados obtenidos son ingresados y procesados nuevamente

que es un sistema de información

La investigación comercial es una herramienta que se utiliza con el objetivo de tomar mejores decisiones a partir de la recopilación y el análisis de información acerca de un producto, ya sea el precio, estrategia de marketing y distribución que le permita posicionarse en el mercado.

Proceso para realizar una investigación comercial

Diseñar la estructura de la investigación
Obtener información
Análisis de la información
Interpretación de los resultados

Características de la investigación comercial

- Permite tomar decisiones menos arriesgadas.
- Es eficaz gracias a las metodologías que utiliza como la observación, la formulación de hipótesis, el análisis y la comprobación.
- El investigador puede crear diferentes caminos y utilizar su creatividad durante el proceso de investigación.
- Permite el uso de diferentes métodos de investigación para obtener la mayor cantidad de datos.

Métodos de la investigación comercial

La investigación comercial se realiza a partir de la aplicación de los siguientes métodos:
Por la naturaleza de la investigación
Por la fuente de información
Por la herramienta de recolección de datos que es aplicada