



Licenciatura en administración de empresas

Docente: Albores Aguilar Jorge Enrique.

Materia: Desarrollo de pequeñas y medianas empresas

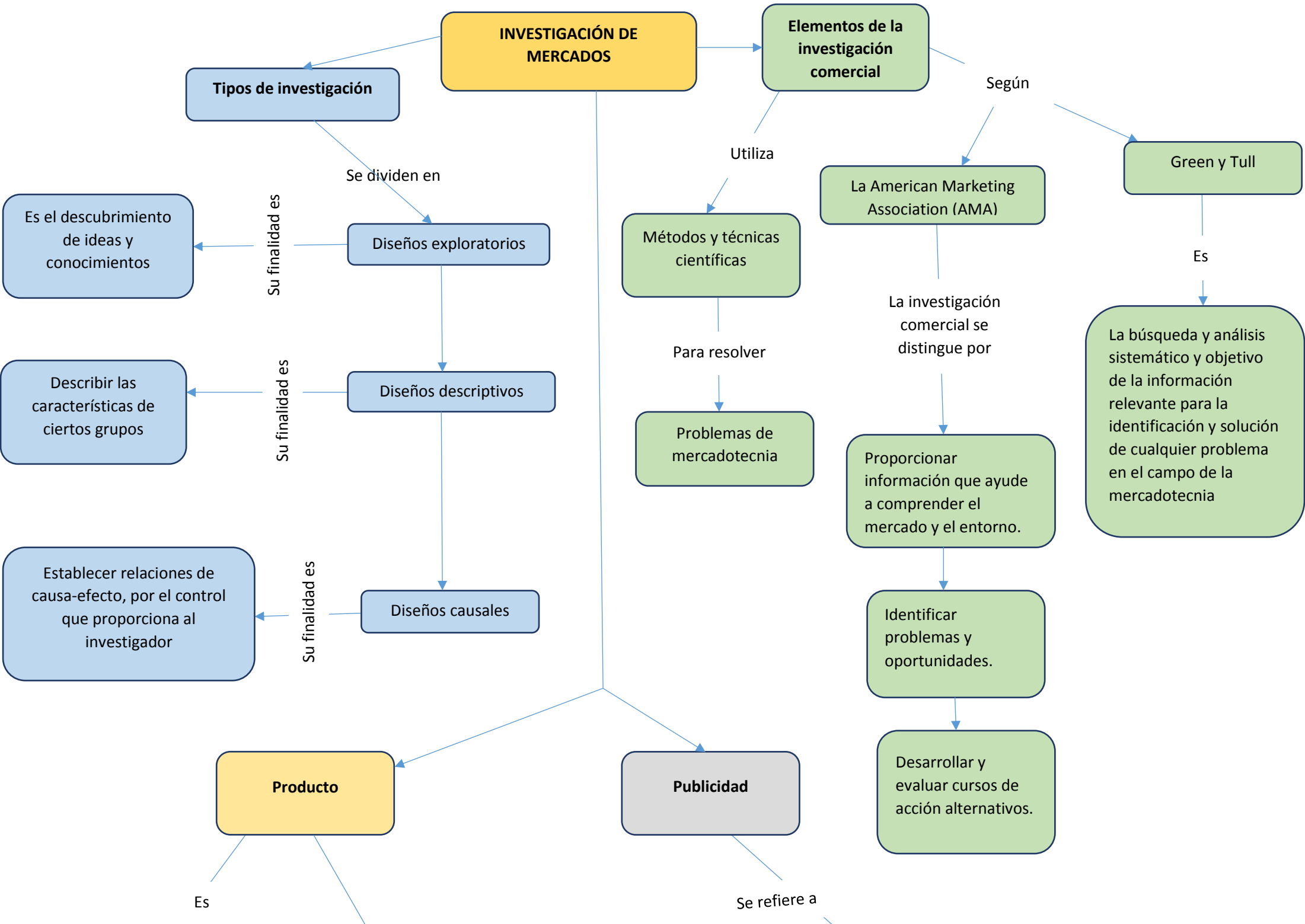
Tarea: mapa conceptual

Alumno:

Ever Morales Noriega.

Cuatrimestre:

9°



INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Tipos de investigación

Elementos de la investigación comercial

Es el descubrimiento de ideas y conocimientos

Su finalidad es

Diseños exploratorios

Diseños descriptivos

Su finalidad es

Describir las características de ciertos grupos

Su finalidad es

Diseños causales

Establecer relaciones de causa-efecto, por el control que proporciona al investigador

Producto

Publicidad

Elementos de la investigación comercial

Según

La American Marketing Association (AMA)

Green y Tull

Métodos y técnicas científicas

Utiliza

Problemas de mercadotecnia

Para resolver

Proporcionar información que ayude a comprender el mercado y el entorno.

La investigación comercial se distingue por

Identificar problemas y oportunidades.

Desarrollar y evaluar cursos de acción alternativos.

La búsqueda y análisis sistemático y objetivo de la información relevante para la identificación y solución de cualquier problema en el campo de la mercadotecnia

Es

Es

Se refiere a

Cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad.

Calidad del producto

Características del producto

Estilo y diseño del producto

Componentes del producto.

Estar libre de defectos

Una herramienta competitiva para diferenciar los productos de la empresa

La forma de llamar la atención del cliente

Promoción

Informar

Persuadir

Recordar

Se refiere a

Se refiere a

Se refiere a

Su finalidad es