

**PROGRAMA:**

**MAD – MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN**

**ASIGNATURA:**

**INVESTIGACION DE MERCADOS**

**ACTIVIDAD:**

**CUADRO SINOPTICO.**

**UNIDAD V Y VI.- ANALISIS DE INFORMACION Y REDACCION DE  
INFORME FINAL.**

**ALUMNO:**

**LIC. CARLOS ALBERTO SÁNCHEZ MUÑOZ.**

**GRUPO:**

**MAD01SSC1021-A**

**EMPLEO:**

**AUXILIAR DE MERCADOTECNIA EN UNA UNIVERSIDAD.**

Fecha de inicio: lunes, 16 de mayo de 2022.  
Fecha de cierre: sábado, 20 de mayo de 2022.

**UNIDAD V Y VI.-  
Análisis de la  
información y  
redacción del  
informe.**

**V.- Análisis  
de la  
información**

El análisis de la información es parte de la interpretación de los hallazgos que se obtuvieron dentro de la investigación, en donde el investigador logra procesar la información con el fin de recuperar datos que emitan una información que sea de utilidad.

**Análisis  
Univariado**

El término análisis univariado se refiere al análisis de una variable. Podemos extender el análisis univariado para examinar los efectos de una variable independiente sobre una única variable dependiente.

**Medidas de tendencia central:**

- Promedio
- Moda
- Mediana

**Medidas de dispersión:**

- Rango
- Mínimo
- Máxima
- Varianza
- Desviación típica
- Cuartiles, deciles y perceptibles.

**Análisis  
Bivariado**

La descripción bivariado trata de estudiar la relación entre pares de la misma muestra, se enfoca en el análisis de dos variables con el fin de determinar las relaciones entre ellas. Existe una correlación directa entre dos variables cuando un aumento en la "variable control" (independiente) provoca un cambio similar en la "variable resultado" (dependiente).

**Análisis  
Multivariado**

Conjunto de métodos estadísticos cuya finalidad es analizar simultáneamente conjunto de datos multivariantes en el sentido de que hay varias variables medidas para cada situación estudiada.

**Variables independientes.**

La variable independiente es aquella que no se ve afectada, por tanto, no variará durante toda la experimentación

**Variables dependientes.**

variable inestable y susceptible de ser modificada.

Las independientes son las variables que sirven para estudiar las dependientes.

**VI.- Redacción  
de informe  
final.**

El Informe Final es el último paso en el proceso de investigación. Es un documento escrito que tiene el propósito de dar a conocer algo: presentando hechos y datos obtenidos y elaborados, su análisis e interpretación, indicando los procedimientos utilizados y llegando a ciertas conclusiones y recomendaciones.

**Estructura**

No existe un formato específico que sea adecuado para todas las situaciones.

**Principios y reglas**

Para elaborar un reporte se debe considerar quienes van a leerlo, si la apariencia es la conveniente, si es objetivo, breve, tiene recomendaciones, etc.

**1. Portada (página de título)**

Indica el tema, fecha y quien lo realizo.

**2. Tabla de contenidos**

Se enumeran las divisiones y subdivisiones.

**3. Resumen**

Es la parte mas importante del informe ya que se presenta:

- Introducción
  - Resultados
  - Conclusiones
  - Recomendaciones
- Métodos
  - Resultados

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Kinear, T.C. & Taylor, J. R. (1995). Investigación de mercados. Un enfoque aplicado. McGraw Hill.
- Malhotra K. Naresh. (2008). Investigación de mercados .Editorial Pearson Educación. México.
- <https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/e23e94d073d085e4bc8ea395f2aa15ec.pdf>
- <https://www.unilibrebaq.edu.co/unilibrebaq/images/CEUL/mod4analisisinform.pdf>