



Mi Universidad

Super nota

Nombre del Alumno: **Felipe de Jesus Lopez Avendaño**

Parcial : **1**

Nombre de la Materia : **Mercadotecnia nutricional**

Nombre del profesor: **Lic. Yaneth Espinosa**

Espinosa

Nombre de la Licenciatura : **Nutrición**

Cuatrimestre: **8**

Investigación mercadológica

FUENTES DE INFORMACION

Un sistema de información puede definirse como 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.



fuentes de información

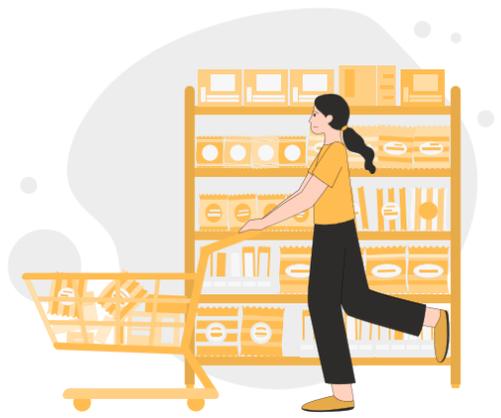
Lo que distingue fundamentalmente a la investigación comercial es el carácter científico de su metodología y la utilidad de los fines que persigue, que pueden concretarse en los tres siguientes:

- Proporcionar información que ayude a comprender el mercado y el entorno.
- Identificar problemas y oportunidades.
- Desarrollar y evaluar cursos de acción alternativos.

Estudio del comportamiento del consumidor

En función de las áreas de la mercadotecnia y de los problemas que tratan de solucionar, pueden clasificarse en las siguientes:

- Generales
- Investigación sobre el producto
- Investigaciones sobre el precio
- Investigaciones sobre distribución
- Investigación sobre ventas
- Investigaciones sobre publicidad y relaciones públicas



diseño de la investigación de mercados

- Determinar el problema a investigar
- Elegir el tipo de investigación
- Especificación de la hipótesis
- Sistema de variables



obtencion de la informacion

- Fuentes de información
- Observación
- Encuestas
- El cuestionario

