



Mi Universidad

SUPER NOTA

NOMBRE DEL ALUMNO: JUAN JOSE PEREZ MENDEZ

NOMBRE DEL TEMA: INVESTIGACION DE MERCADO

MATERIA: INVESTIGACION DE MERCADO

CATEDRÁTICO: ALDO IRECTA NAJERA

LICENCIATURA: ADMINISTRACIÓN Y ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS

CUATRIMESTRE: 6TO

FECHA: 01-AGOSTO-2023

INVESTIGACION DE MERCADOS

Investigación de mercado

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo mediante información que sirve para identificar, definir, evaluar y generar las oportunidades de problemas de marketing. supervisar el desempeño así como acrecentar la comprensión del marketing como un proceso.



Tipos de investigación

Por precio: fijar el precio adecuado.

por distribución: Que distribuidores manejen el producto.

Por promoción: Cual es el papel de la promoción de ventas, la publicidad, la venta personal y las relaciones públicas.

Por competencia: Con quien se compete.



objetivos

Conocer al consumidor.

Disminuir los riesgos.

Informar y analizar la información.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

SE CONSIDERAN TRES OBJETIVOS BÁSICOS:

- > Conocer al consumidor
- > Disminuir los riesgos
- > Informar y analizar la información



Que es AMAI?

Es una organización independiente de empresas que realizan investigación de mercados, opinión y comunicación; esta dedicada a promover la profesionalización de la actividad, mejorar su calidad y fomentar el crecimiento del gremio como autor comprometido con el desarrollo de México.

Que significa AMAI

Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de mercado y opinión pública

funciones del investigador de mercados

- _ Capacidad de asesoría.
- _ Parecía técnica.
- _ Administración social.



Referencias y enlaces

GARCÍA FERNÁNDEZ, M. D. S. Tratamiento y análisis de la información de mercados. ed. Antequera, Málaga: IC Editorial, 2013. 257 p. Disponible en: <https://elibro.net/es/ereader/uvm/44107?page=215>. Consultado en: 08 Apr 2022

Jiménez Martínez, S. (2013). Investigación y recogida de información de mercados.. IC Editorial. <https://elibro.net/es/lc/uvm/titulos/44108>

Marte Alvarado, Q. & Tejada Betancourt, L. (II.). (2019). Investigación de mercados.. Universidad Abierta para Adultos (UAPA). <https://elibro.net/es/lc/uvm/titulos/175886>

Marte Alvarado, Q. Peña, A. M. M. & Tejada Betancourt, L. (II.). (2020). Investigación de mercados II.. Universidad Abierta para Adultos (UAPA). <https://elibro.net/es/lc/uvm/titulos/175885>

Prieto Herrera, J. E. (2013). Investigación de mercados (2a. ed.).. Ecoe Ediciones. <https://elibro.net/es/lc/uvm/titulos/69269>

Videos de consulta

<https://www.youtube.com/watch?v=qnGwflbzol8>
<https://www.youtube.com/watch?v=tIAQtN8xer0>

https://www.youtube.com/watch?v=EG-b-99_GFM