



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

**ALUMNO: JAIRO ALFONSO BULNES
ARGUETA**

MATERIA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

PROFESOR (A): ALDO IRECTA NAJERA

**LIC. ADMINISTRACION Y ESTRATEGIA DE
NEGOCIOS**

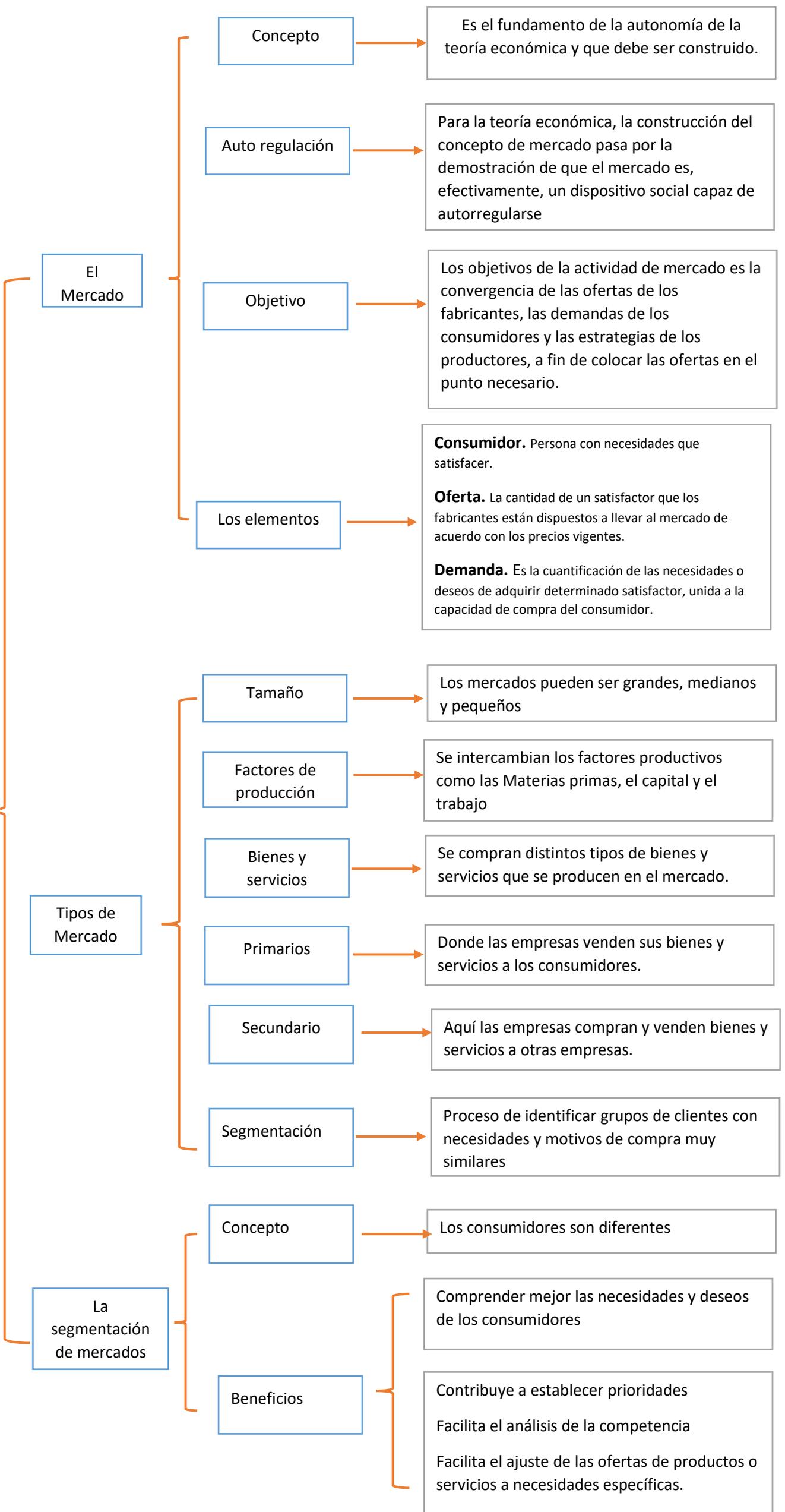
CUATRIMESTRE: 6TO CUATRIMESTRE

MATRICULA: 409421752

CEL. 919-132-4779

CORREO: alfobul05@gmail.com

Mercado, los tipos Y segmentación



1.- ¿Qué es la investigación de mercados?

La herramienta de sistematización para la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático de la información de mercados con el fin de se cumplan

2.- ¿Cuáles son los objetivos de la investigación de mercados?

Conocer al consumidor, Disminuir los riesgos, Informar y analizar la información.

3.- ¿Cuáles son los dos aspectos en que se clasifican la investigación de mercados?

Identificación del problema e investigación para la solución de este mismo.

4.- ¿Qué significan las siglas amai?

Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública, A.C.

5.- ¿Qué es la AMAI?

Es una organización independiente de empresas que realizan investigación de mercados, opinión y comunicación, promueve la profesionalización de la actividad, mejorar su calidad.

6.- ¿Qué es el mercado?

Es el conjunto de personas o unidades de negocios que consumen/utilizan un producto o servicio y conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuo.

7.- ¿Qué abarca la función del investigador de mercados?

Precisar áreas de oportunidad de un nuevo producto o servicio, Extensión de líneas, Diversificación de usos, Nuevos diseños de envase o etiqueta, Ampliación de segmentos de mercado, etc.

8.- ¿Cuál es la definición de investigación de mercados según la American Marketing Association?}

Vincula a consumidores, clientes y publico con el mercadólogo mediante información que sirve para identificar, definir, evaluar y generar las oportunidades y problemas de Marketing

9.- ¿Cuándo fue fundada la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado?

Fue fundada en 1992

10.- ¿Cuáles son los tipos de investigación?

Por Precio, Por distribución, Por Promoción, y por Competencia: