



NOMBRE DE ALUMNO: MONTSERRAT HERNÁNDEZ REGALADO

NOMBRE DEL PROFESOR: DANIELA MONSERRAT MENDEZ GUILLEN

NOMBRE DEL TRABAJO: SUPER NOTA

MATERIA: MERCADOTECNIA NUTRICIONAL

GRADO: OCTAVO CUATRIMESTRE

GRUPO: LNU17EMC0121-A

COMITÁN DE DOMÍNGUEZ CHIAPAS A: 05 DE ABRIL DEL 2024

INVESTIGACION MERCADOLÓGICA

SISTEMA DE INFORMACION

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



INVESTIGACION COMERCIAL

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



FASES DE LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL

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



LA COMPETENCIA

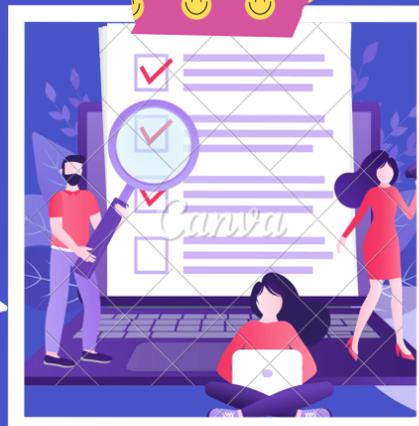
Los competidores actúan como restricciones en el diseño de la estrategia de mercadotecnia



OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

ATRAVEZ DE:

- Encuestas
- Cuestionario
- Muestra
- Recolección de información



BENCHMARKING

Técnica de dirección empresarial por la que la organización compara sus niveles de eficiencia con estándares externos y ciertas prácticas internas propias para emular y corregir los posibles desfases existentes



FUENTE DE CONSULTA:

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LNU/c059d79f85ea8f1f9d9020a9a28c4bca-LC-LNU801.pdf>