



Nombre de alumno: Jenifer Elizabeth Velasco Hidalgo

Nombre del profesor: Daniela Monserrat Méndez Guillen

Nombre del trabajo: Super nota

Materia: Mercadotecnia Nutricional

Grado: 8° Cuatrimestre.

Parcial: 4.

Grupo: LNU17EMC0121- A

Comitán de Domínguez Chiapas, a 4 de abril de 2024

Investigación mercadológica

Sistema de información



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

Investigación 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



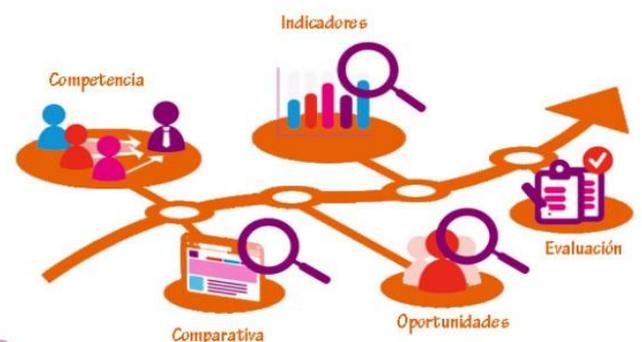
Los competidores actúan como restricciones en el diseño de la estrategia de mercadotecnia

Obtención de información



- 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

Bibliografía:

- ✚ Universidad del Sureste 2024. Antología de Mercadotecnia nutricional. Unidad 4. Recuperado el 4 de abril de 2024.