

UDS

Nombre de alumnas: MARIA JOSE RUIZ MEZA

Nombre del profesor: DANIELA GUILLEN

Nombre del trabajo: INVESTIGACION MERCADOLOGICA .

Materia: MERCADOTECNIA .

Grado: 8° Cuatrimestre.

Parcial: 4.

Grupo: LNU17EMC0121- A

MERCADOTECNIA

INVESTIGACIÓN

MERCADOLÓGICA



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.



Investigación de mercados



La investigación comercial es fundamentalmente investigación aplicada. Utiliza, por tanto, los métodos y técnicas científicos para identificar y resolver problemas de mercadotecnia.



GENERALES

- Estructura del mercado.
- Potencial del mercado.
- Segmentación del mercado.
- Comportamiento de los consumidores y usuarios.



Fuentes de información de mercadotecnia



La investigación comercial aporta al sistema de información los métodos y técnicas adecuados para obtener datos y analizarlos de forma rigurosa.



La American Marketing Association (AMA) dio en 1987, y ratificó en 2004, su última definición de la investigación comercial, que supone una enumeración completa de sus funciones y de las etapas seguidas en su desarrollo.



Estudio del comportamiento del consumidor



INVESTIGACIÓN SOBRE EL PRODUCTO

MERCADOTECNIA

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La realización de una investigación en mercadotecnia supone llevar a cabo una serie de fases secuenciales que pueden agruparse en las cuatro siguientes:
investigación, la obtención de la información, el tratamiento y análisis de los datos y la interpretación de los resultados y presentación de conclusiones.

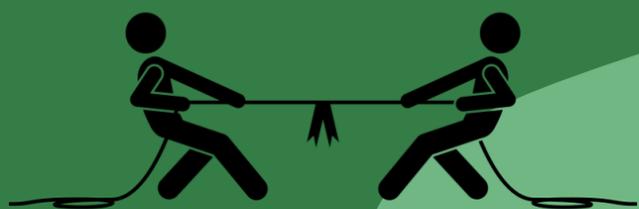
EL CONTENIDO DE CADA UNA DE LAS CUATRO FASES FUNDAMENTALES DE LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL SE DESCRIBE CON DETALLE EN LOS APARTADOS SIGUIENTES

1. Determinar el problema a investigar
2. Elegir el tipo de investigación



OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Fuentes de información
Formas de obtención de la información
Encuestas
Muestras
Tamaño de la muestra
Recolección de datos



4.4. LA COMPETENCIA

El estudio de la estructura competitiva, es decir, de las participaciones de mercado que mantienen las empresas que concurren en él, se considera importante por el efecto que pueda tener una posición de liderazgo en la rentabilidad de las ventas.

AYUDA A PROTEGER EL MEDIO AMBIENTE

Reduce la cantidad de basura que se envía a vertederos y rellenos, lo que contribuye a proteger el medio ambiente.



CONTRIBUYE A UNA ECONOMÍA MÁS SOSTENIBLE

El reciclaje puede ayudar a reducir los costos de producción a largo plazo al permitir reutilizar los materiales en lugar de tener que adquirir constantemente nuevas materias primas y nuevos productos.

CONOCE MÁS INFORMACIÓN SOBRE EL CUIDADO DE NUESTRO PLANETA EN
WWW.SITIOINCREDIBLE.COM