



Mi Universidad

cuadro sinóptico

Ezequiel Francisco pascual

Nombre del tema: investigación de mercado

Parcial 3

Nombre de la Materia: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Nombre del profesor: DIEGO LOYO MALDONADO

Administración y estrategia de negocios

6to cuatrimestre

07 de julio de 2024

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Planteamiento del problema

es fundamental para el desarrollo de la investigación que queremos emprender, plantear significa proponer o ubicar síntomas; convertir síntomas en variables que puedan ser resueltas en una propuesta llamada problema

La hipótesis

es una premisa o supuesto que se plantea en forma de pregunta, respecto de un fenómeno o sobre una o algunas relaciones entre las variables que intervienen para que algo se dé.

La muestra

Elegir a los sujetos adecuados para obtener los resultados esperados por el equipo de investigación, identificarlos, ubicarlos y luego aplicar el cuestionario, permite la obtención de información correcta dentro del proceso de investigación

Aspectos básicos del muestreo

Definición de la población objetivo, Marco conceptual, Unidades muestras,

Muestreo no probabilístico

cuando no existe un método para calcular o determinar la probabilidad de que un sujeto sea elegido.

Muestreo probabilístico

está representado por diferentes métodos, en los cuales la búsqueda de los sujetos que componen la muestra es aleatoria. Dentro de estos tipos de muestra se sigue un proceso que permitirá escoger los sujetos de la muestra.

Determinación del tamaño de la muestra

Los objetivos del uso de la estadística inferencial según Hernández y Batista (1998), son permitir o elaborar un juicio relacionado con una población o recolectar todos los elementos acerca de los cuales los investigadores buscan información. Se infiere sobre la población o muestra los resultados para la toma de decisiones