



**Nombre del alumno: Jhonatan Meza Gonzalez.**

**Nombre del profesor:** DIEGO LOYO MALDONADO

**Materia:** INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

PASIÓN POR EDUCAR

**Grado: 6**

# PRODUCCIÓN

## 3.9 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

el planteamiento 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

## 3.10 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.

## 3.11 LA MUESTRA

consiste en identificar una proporción de una población más grande o general, que responde a los propósitos planteados por la investigación. Estas partes deben de identificarse para poder desarrollar un marco ideal en el proyecto.

# PRODUCCIÓN

## ASPECTOS BÁSICOS DEL MUESTREO

Definición de la población objetivo Según Kotler y Armstrong (1998), una población meta u objetivo es el conjunto de personas, cuya descripción coincide con los objetivos de una actividad de marketing. }

## MUESTREO NO PROBABILÍSTICO

Una muestra resulta no probabilística cuando no existe un método para calcular o determinar la probabilidad de que un sujeto sea elegido

## 3.14 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.

# PRODUCCIÓN

## ASPECTOS BÁSICOS DEL MUESTREO

Definición de la población objetivo Según Kotler y Armstrong (1998), una población meta u objetivo es el conjunto de personas, cuya descripción coincide con los objetivos de una actividad de marketing. }

## MUESTREO NO PROBABILÍSTICO

Una muestra resulta no probabilística cuando no existe un método para calcular o determinar la probabilidad de que un sujeto sea elegido

## 3.14 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.

# PRODUCCIÓN



## 3.15 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

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.

