

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.



**LUIS GERARDO BALLINAS
GORDILLO.**

6° CUATRIMESTRE.

**LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y
ESTRATEGIA DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES.**

ALDO IRECTA NAJERA.

12 DE JULIO DEL 2025.

1.-¿Qué es la investigación de mercados?

R= Es un proceso sistemático para obtener información que sirve a la empresa en la toma de decisiones, para señalar planes y objetivos, así como para controlar que éstos se cumplan

2.-¿Cuáles son los objetivos de la investigación de mercados?

R= Conocer al consumidor, Disminuir los riesgos, Informar y analizar la información

3.-¿Cuáles son los dos aspectos en que se clasifican la investigación de mercados?

R= identificación del problema e investigación Para la solución del mismo.

4.-¿Qué significan las siglas amai?

R= Asociación Mexicana De Agencias de Investigación de mercado

5.-¿Qué es la amai?

R= Es una organización Independiente de empresas que realizan investigación De mercados, opinión y comunicación

6.-¿Qué es el mercado?

R= Es el conjunto de personas o unidades de negocios que Consumen/utilizan un producto o servicio

7.-¿Qué abarca la función del investigador de mercados?

R= capacidad de asesoría, pericia Técnica y administración solida.

8.-¿Cuál es la definición de investigación de mercados según la American Marketing Association?

R= Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo mediante información que sirve para identificar, definir, evaluar y generar las oportunidades y problemas de Marketing.

9.-¿Cuándo fue fundada la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y

R= 1992

10.-¿Cuáles son los tipos de investigación?

R= Por Precio

Fijar el precio adecuado

¿qué medidas tomar ante una amenaza

Competitiva de precio?

La importancia que da el comprador al precio.

Por distribución

¿qué distribuidores manejarán el producto?

¿cuáles son los márgenes apropiados?

¿qué formas de distribución física se requieren?

¿cuál es el volumen de ventas que se necesita?

Por Promoción

¿cuál es el papel de la promoción de ventas, la publicidad, la venta

Personal y las relaciones públicas?

¿se cuenta con medios eficaces de publicidad?

¿cómo se mide la efectividad de los instrumentos de promoción?

Competencia:

¿con quién se compite?

¿cómo se encuentra posicionado dentro del mercado?

¿cuáles son las estrategias mercadológicas que utiliza?

¿cuál es el futuro competitivo?

