

LP RAM

Nombre:

Alejandra Maria Cifuentes B.

Curso:

Practica Supervisada

Tarea:

Actividad 4 Realizar un
mapa conceptual de La
Investigación de mercados

Grado y Carrera:

Sexto Punto en Administración
de Empresas

Catedrático:

Mario Alonzo

Ciclo Escolar
21 021

Investigación de Mercados

Es el análisis sistemático del problema construcción de modelos y hallazgos que permitan mejorar la toma de decisiones y el control en el mercado de bienes y servicios

Objetivos: tiene por objeto brindar información a la empresa acerca de las necesidades y preferencias de los consumidores tomando en cuenta los factores socioeconómicos de los mismos

Importancia de la Investigación de Mercados: el avance tecnológico es un aspecto importante que se debe considerar en el desarrollo de una empresa, ya que provoca la pronta obsolescencia de técnicas, procesos, programas, políticas y procedimientos

Limitantes de la Investigación de Mercados: así como todo sistema tiene sus pros y contras, ya que esta se expone a no mantenerse bien lo cual dañará totalmente la búsqueda de alcanzar el objetivo