

Objetivos de la investigación de mercados: Brindar información a la empresa acerca de las necesidades y preferencias de los consumidores.

Sistema de información de mercadotecnia: Se basa en recopilar información regular y planeada por medio de procedimientos y métodos para que pueda utilizarse.

Mercados

Etapas de la investigación preliminar:

- 1.- Definir los objetivos
- 2.- Analizar la situación problema.
- 3.- Investigación informal
- 4.- Definición de hipótesis
- 5.- Plan de investigación formal.

Importancia de la administración de mercado: En el desarrollo de una empresa ya que provoca la pronta obsolescencia de técnicas, programas, políticas y procedimientos.

Limitantes de la investigación de mercado: Así como todo sistema, procedimiento o técnica tiene sus pros y sus contras también la investigación de mercados se enfrenta una serie de limitantes que de no manejarse apropiadamente.

Tarea #4
06-08-2021