

NOVEDADES UNIVERSIDADES 2020

Introducción a la investigación de mercados

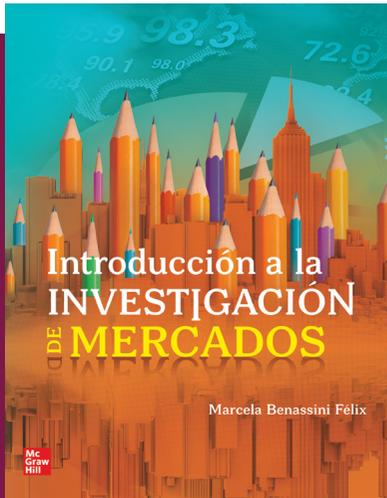
Autor: Marcela Benassini

Edición: 1

Fecha de publicación: 2020

Áreas relacionadas: Marketing, Investigación de mercados.

ISBN: 9781456277123



CONTENIDO

1. Investigación de mercados, 2. Formulación del problema, 3. El diseño de la investigación: Investigación exploratoria, 4. Investigación cualitativa, 5. Investigación concluyente, 6. Cómo diseñar un cuestionario, 7. Investigación de motivaciones, 8. Muestreo, 9. El trabajo de campo, la revisión, verificación y captura de los datos, 10. Distribución de frecuencias, tabulación cruzada y pruebas de hipótesis, 11. La redacción del reporte. Apéndices.

SÍNTESIS

Esta obra ha sido desarrollada para que los estudiantes asimilen y apliquen una metodología precisa en la búsqueda de información secundaria externa y, desde luego, en la comprensión de los principios básicos de la estadística. El lector de este libro se sentirá motivado y con las habilidades para poder desarrollar una investigación de mercado real, apoyado en la información contenida en todos los capítulos y que podrá ser complementada con la valiosa asesoría de un profesor que guíe su aprendizaje.

Sin duda esta obra resulta indispensable en estos tiempos de impresionantes avances en la tecnología, especialmente en materia de recopilación y procesamiento de datos, ya que ofrece información precisa y práctica.

El contenido está actualizado con los temas vigentes y que están siendo incorporados en los nuevos planes de estudios universitarios. Además de que está referenciado con estrategias de investigación considerando el uso de internet.

RECURSO DIGITAL

Esta edición incluye con el libro impreso un código de acceso para Connect. Solución educativa confiable y fácil de utilizar. Permite asignar y realizar tareas (En idioma español) con el propósito de poner a prueba y evaluar el aprendizaje del estudiante. Se fundamenta en las ciencias del aprendizaje, reconocidas para mejorar los resultados de los estudiantes.