

# Investigación de mercados I

8.5x11"/378 págs./ISBN: 978-9945-625-04-2/Año 2020.

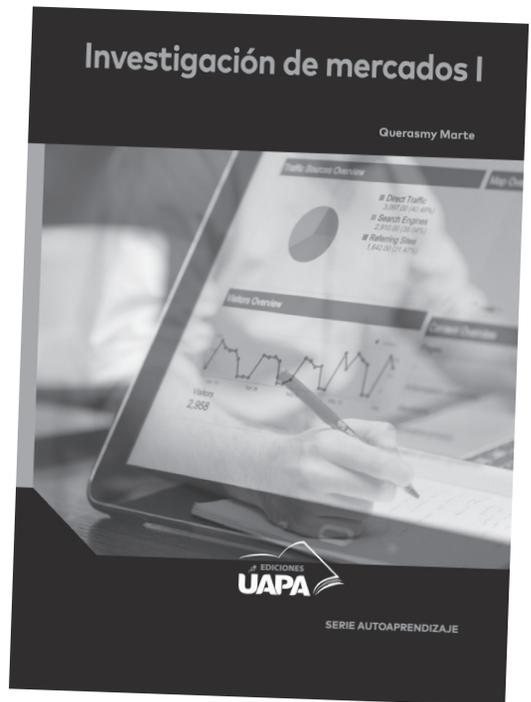
**Escuela de Negocios**  
**Autora: Querasmy Marte**

Es la primera parte de un compendio de temas académicos sobre la investigación de mercados.

En las unidades uno y dos, se analizan la investigación de mercados y el proceso de la investigación de mercados, como una introducción a las teorías básicas de investigación aplicadas a la mercadotecnia. En la tercera unidad se desarrollan los conceptos y aplicaciones de los sistemas de investigación y datos sindicados.

A partir del cuarto bloque de contenidos se introducen los diseños de investigación y sus tipos. En la unidad cinco se explican cómo se plantea un problema de investigación a partir de síntomas y variables; en la seis se introduce la investigación cualitativa y con ella diferentes estudios que desarrolla el área de mercadotecnia.

Dentro de la séptima unidad se podrá encontrar un análisis exhaustivo sobre el uso de los datos primarios y secundarios en la investigación e investigaciones bibliográficas. En el capítulo ocho se tratan las investigaciones por observación y los tipos de observación en mercadotecnia y, en el capítulo nueve los experimentos y los estudios de pruebas de mercados.



Al concluirse la séptima unidad, permite tener una comprensión de las investigaciones cuantitativas que se desarrollan en el libro Investigación de mercados II.