

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE COAHUILA**



CONCEPTOS Y OBJETIVOS

UNIDAD I

Introducción Unidad I

INTRODUCCIÓN A LA UNIDAD

Actualmente la globalización ha generado que el medio ambiente en el cual se desarrollan los negocios esté sufriendo cambios constantes que ponen en riesgo el éxito de un negocio, por lo cual, antes de comenzar un proyecto (ya sea empresa, producto o servicio), se debe investigar todo lo relacionado a su funcionamiento y posicionamiento en el mercado. Así mismo, se debe tener bien claro cuál es su meta a alcanzar en el futuro y la manera en que dicha meta se alcanzará.

Para ello es necesario establecer una investigación de mercado, la cual consiste en diseñar las estrategias que servirán para recopilar, registrar y analizar datos que proporcionen información que permita el logro del objetivo de la empresa; es decir, que ayude a alcanzar el éxito y su permanencia en el mercado.

El proceso de investigación de mercados es la primera herramienta que una empresa tiene que implantar para transformarse en una organización competitiva, porque a través de dicha investigación es posible determinar claramente la posición actual de la empresa y las posibilidades de éxito que tiene.

Para comenzar con la investigación se deben considerar sus fundamentos que se basan en un claro objetivo así como en el diseño adecuado de la investigación que obviamente dependerá del tipo de empresa y de los recursos con los cuales se cuenta.

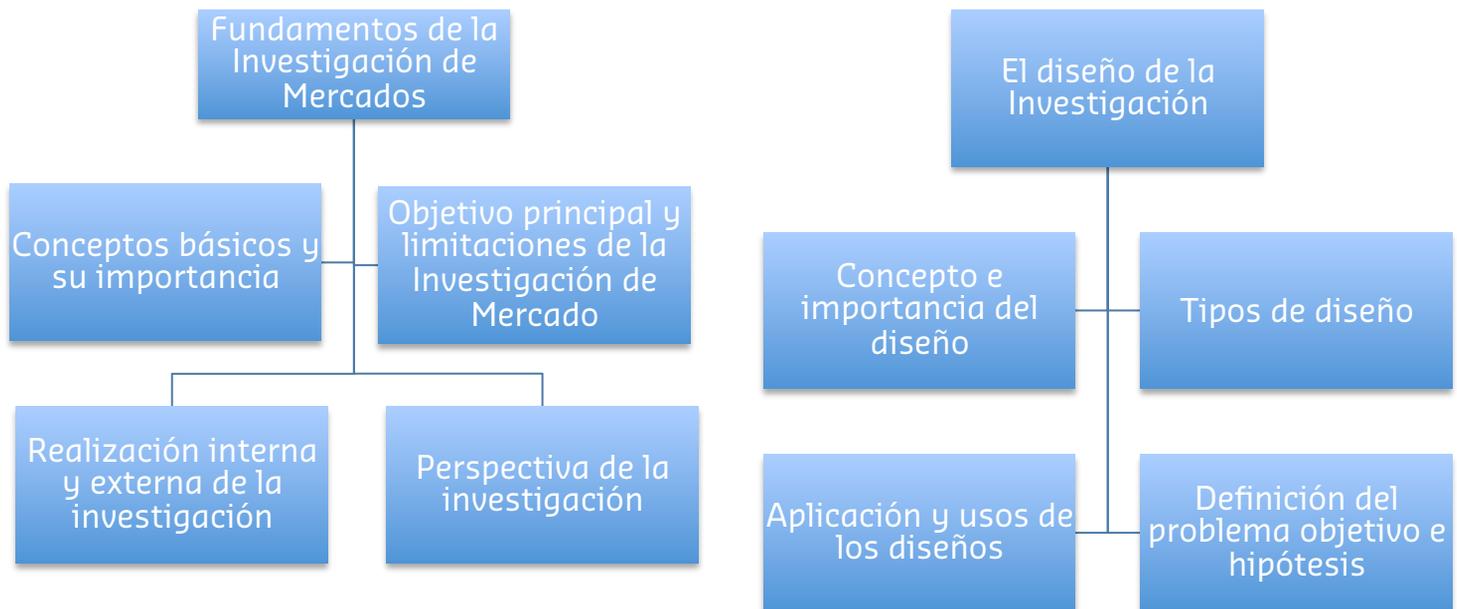
Introducción Unidad I

En esta unidad podrás evaluar los fundamentos de la investigación de mercado, sus características, objetivos, perspectivas y el diseño de la investigación mediante el análisis detallado de los conceptos que intervienen en dichos temas.

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Identificar los fundamentos y el diseño de la investigación de mercados conociendo y relacionando sus principales conceptos, así como las fuentes de información y su utilidad en la investigación.

MAPA DE TEMAS



Introducción Unidad I

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD

EVALUACIÓN	VALOR
Actividad Fundamentos	5
Actividad Diseño	5
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD	5
TOTAL	15 PUNTOS

ACTIVIDADES DE LA UNIDAD

TEMA	SUBTEMA	ACTIVIDAD
Fundamentos de la Investigación de Mercados, y El Diseño de la Investigación	Conceptos Básicos y su Importancia	Fundamentos
Fuentes de Información: El Cuestionario y La Información	Tipo de Diseño	Diseño

EJERCICIOS DE LA UNIDAD

TEMA	SUBTEMA	ACTIVIDAD
Fundamentos de la Investigación de Mercados, y El Diseño de la Investigación	Fuentes Internas y Externas	Investigación