Librería

Bonilla y Asociados

desde 1950

Título:

Autor:

Editorial:

Tema:

Sinopsis

Precio: $414.00

Año: 1998

Edición: 5ª

ISBN: 9789586007825

El objetivo principal de este libro es proporcionar una compresión de la investigación de mercados: comienza presentando una introducción a la investigación de mercados, luego se define este término, se describen varios aspectos del negocio en la investigación de mercados y se presenta una visión general de los pasos que se involucran, se realiza y se describen los errores que usualmente surgen adicionalmente, se trata el diseño de la investigación y fuentes de datos, se examinan aspectos relacionados con el desarrollo de procedimientos de recolección de datos, se describe como encontrar los encuestados adecuados y como recolectar datos de ellos, finalmente se presenta un análisis de los problemas relacionados con el análisis de datos y una vez que se han recolectado la información obtenida de estos datos para audiencias adecuadas dentro y fuera de la organización.