

Librería
Bonilla y Asociados
desde 1950



Título:

Autor:

Precio: \$166.00

Editorial:

Año: 2005

Tema:

Edición: 1^a

Sinopsis

ISBN: 9788497323772

El libro presenta una visión general del papel de la información y el conocimiento en la toma de decisiones comerciales, desarrollando la investigación de mercados a través de una serie de capítulos que explican los procedimientos para llevar a cabo estudios de mercados, la aplicación de métodos cualitativos y cuantitativos en la recopilación de la información y los tipos de análisis estadísticos adecuados para dar fiel respuesta a los objetivos manifestados por los responsables de la toma de decisiones. En último término se explica cómo elaborar un informe de investigación de mercados.