Librería

Bonilla y Asociados

desde 1950

Título:

Autor:

Precio: $385.00

Editorial:

Año: 2016

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9786073235600

Este libro presenta las nociones de la investigación de mercados de una manera clara, concisa y fundamental.

La obra está organizada en tres partes, de acuerdo con el marco de seis pasos para realizar una investigación de mercados: definición del problema, enfoque del problema, diseño de investigación, trabajo de campo, análisis de datos y preparación del informe final.

El texto se enfoca en temas contemporáneos como los social media y las nuevas tecnologías, así como en cuestiones éticas y la investigación de mercados internacionales