



INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

PROGRAMA DE EXAMEN

5° año "A" Técnico en Administración y Gestión de las Organizaciones

CAPACIDAD 1

Concepto. Importancia. Naturaleza y Alcance. Beneficios y Limitaciones. Ciencias Auxiliares: funciones y usos. Ética en la Investigación de Mercados. Códigos de ética para los involucrados. Usos de la Investigación de Mercados. El Proceso de Investigación de Mercados. Etapas. Elementos que deberá tener en cuenta el investigador para la realización del estudio

CAPACIDAD 2

Formulación del problema de Investigación. Información y decisión. Propuesta de Investigación. Elementos. Diseño de Investigación. Tipos de acuerdo con su finalidad. Descriptiva. Predictiva. Causal. Aplicaciones.

CAPACIDAD 3

Investigación Exploratoria: concepto. Fuentes Internas-Datos Primarios. Tipos. Ventajas y Desventajas. Fuentes Externas-Datos Secundarios. Tipos. Ventajas y Desventajas. Investigación Cualitativa: la observación, la entrevista en profundidad, las sesiones de grupo y la investigación antropológica.

CAPACIDAD 4

Investigación Descriptiva. Objetivo. Encuesta. Características. Procedimiento para confeccionar una encuesta. Tipos de Encuestas. Según sus Objetivos. Según sus Preguntas. Según su Medio de Captura. Ventajas y Desventajas en el uso de Encuestas. Cuestionario. Pasos para elaborar un Cuestionario.

CAPACIDAD 5

Muestra. Fundamentos. Definición. Diseño de la Muestra. Variables Estadísticas. Clasificación: Según El Nivel De Medida, Según Su Influencia. Métodos De Selección De La Muestra: Probabilísticos, No Probabilísticos. Muestreos Probabilísticos: Muestreo Aleatorio Simple, Muestreo Polietápico, Muestreo Estratificado, Muestreo Sistemático, Muestreo Aleatorio por Conglomerados. Muestreos No Probabilísticos: Por Conveniencia, Por Juicio, Por Cuotas, Bola De Nieve. Determinación del Tamaño de la muestra. Cuando no se conoce el tamaño de la Población y cuando sí se conoce el tamaño de la Población.

CAPACIDAD 6

Preparación del Informe. Importancia. Redacción del informe. Variables: Quiénes lo van a leer. Facilidad de lectura. Apariencia conveniente y profesional. Objetivo. Cuadros y gráficas. Brevidad del documento. Suficientes tipos de análisis y recomendaciones. Lineamientos para la presentación de tablas. La exposición presencial.