



## INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

### PROGRAMA DE EXAMEN

#### 5º 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.

##### 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.